

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

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

YIL: 21 SAYI: 45 GÜZ 2022/3

Istanbul Commerce University
Journal of Social Sciences



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

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Yıl: 21 Sayı: 45 Güz 2022/3

Istanbul Commerce University

Journal of Social Science

Sahibi

İstanbul Ticaret Üniversitesi Adına Rektör Prof. Dr. Yücel OĞURLU

Yayın Kurulu

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

Editör: Doç. Dr. Hanifi PARLAR

Editör Yardımcısı: Dr. Mefule FINDIKÇI ERDOĞAN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: Yasin DEMİRBAŞ

Mizanpaj ve Teknik Sorumlu: Sinan YÜKSEL

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

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

ISSN: 1303-5495

E-ISSN: 2717-7483

Elektronik ortamda erişim:

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

İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

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

Tel: 444 0 413

e-posta: sosyaldergi@ticaret.edu.tr

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

TR DİZİN

Business Source Ultimate
EBSCOhost

OpenAIRE

ProQuest

SÖBIAD

HAKEM LİSTESİ

Unvan	Adı Soyadı	Unvan	Adı Soyadı
Prof. Dr.	Adem SAĞIR	Doç. Dr.	Elif GÜNEREN GENÇ
Prof. Dr.	Ahmet TALİMCİLER	Doç. Dr.	Faruk LEVENT
Prof. Dr.	Ali GÖRENER	Doç. Dr.	Haşim BAĞCI
Prof. Dr.	Arman Aziz KARAGÜL	Doç. Dr.	Hicabi ERSOY
Prof. Dr.	Betül GÜR	Doç. Dr.	Kerem TOKER
Prof. Dr.	Ersin KAVİ	Doç. Dr.	Mehmet BABACAN
Prof. Dr.	Esra MACAROĞLU AKGÜL	Doç. Dr.	Mehmet Nurullah KURUTKAN
Prof. Dr.	Fahriye MERDİVENÇİ	Doç. Dr.	Mehmet Saim AŞÇI
Prof. Dr.	Gülberk GÜLTEKİN SALMAN	Doç. Dr.	Nuran ÖZTÜRK BAŞPINAR
Prof. Dr.	Kerem DOKSAT	Doç. Dr.	Samet AYDIN
Prof. Dr.	Mesut KARAKAŞ	Doç. Dr.	Suat POLAT
Prof. Dr.	Nazife GÜNGÖR	Doç. Dr.	Şebnem YAŞAR
Prof. Dr.	Nazlı KEPÇE	Doç. Dr.	Taner ATMACA
Prof. Dr.	Nihat ALAYOĞLU	Doç. Dr.	Uğur Yasin ASAL
Prof. Dr.	Nurullah GÜR	Dr. Öğr. Üyesi	Ayşe Göksu ÖZÜDOĞRU
Prof. Dr.	Oya ÖZKARDEŞ	Dr. Öğr. Üyesi	Canan YILDIRAN
Prof. Dr.	Özgür ÇENGEL	Dr. Öğr. Üyesi	Çiğdem ASARKAYA
Prof. Dr.	Sefa BULUT	Dr. Öğr. Üyesi	Deniz TÜRK KIVANÇ
Prof. Dr.	Tuğba KARABULUT	Dr. Öğr. Üyesi	Funda Hatice SEZGİN
Prof. Dr.	Tülay ŞEKER	Dr. Öğr. Üyesi	Gülcan PETRİÇLİ
Prof. Dr.	Yahya FİDAN	Dr. Öğr. Üyesi	M. Adil SALEPÇİOĞLU
Doç. Dr.	Ahmet KAYA	Dr. Öğr. Üyesi	Mert AKCANBAS
Doç. Dr.	Alırza AĞ	Dr. Öğr. Üyesi	Mete Han YAĞMUR
Doç. Dr.	Aslan Deniz KARAOĞLAN	Dr. Öğr. Üyesi	Muhittin ADIGÜZEL
Doç. Dr.	Ateş USLU	Dr. Öğr. Üyesi	Ömer Faruk DERİNDAG
Doç. Dr.	Berk AYVAZ	Dr. Öğr. Üyesi	Özen BAŞ
Doç. Dr.	Canan DEMİR YILDIZ	Dr. Öğr. Üyesi	Pınar UYSAL CANTÜRK
Doç. Dr.	Davut GÜREL	Dr. Öğr. Üyesi	Pınar YÜRÜK KAYAPINAR
Doç. Dr.	Durmuş ÜMMET	Dr. Öğr. Üyesi	Sertaç ERCAN
Doç. Dr.	Duygu CELAYİR	Dr. Öğr. Üyesi	Yavuz Selim ÖZDEMİR
		Dr.	Pelin DEMİREL

EDİTÖRDEN

İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nin Değerli Okurları;

İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 45. sayısını, farklı disiplinlerden değerli bilim insanlarının nitelikli araştırmalardan oluşan 31 makale ile okuyucularımızla buluşturmanın mutluluğu içerisindeyiz. Dergimizin bu sayısının bilim dünyasına önemli katkılar sağlaması en önemli kazancımız olacaktır. Dergimiz 39. sayısı ile birlikte başlattığı değişim ve dönüşüm sürecini sürdürmekte her yayın döneminde yenilenme eğilimi ile bulunduğu konumu güçlendirmeye devam etmektedir.

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

Saygılarımla.

Doç. Dr. Hanifi PARLAR

Sosyal Bilimler Dergisi Editörü

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

MAKALELER / ARTICLES

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

1. Fatma ZEYBEK / Edip ÖRÜCÜ

DÖNÜŞÜMCÜ LİDERLİK İLE İNOVATİF DAVRANIŞ EĞİLİMLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİ: ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN ARACILIK ETKİSİ
*THE RELATIONSHIP BETWEEN TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND
INNOVATIVE BEHAVIOR TENDENCIES: THE MEDIATING EFFECT OF
ORGANIZATIONAL COMMITMENT*.....962-981

2. Sibel KARADUMAN / Nagihan ÜNLÜ KARATAŞ

DİJİTAL YAYINCILIK VE İZLEME PRATİKLERİ
:“GAIN” ÜZERİNE BİR ANALİZ
*DIJITAL PUBLISHING AND WATCHING PRACTICES:
AN ANALYSIS ON “GAIN”*.....982-1007

3. Hasan TUTAR / Muhittin ADIGÜZEL / Selçuk NAM

VISUAL MAPPING AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PUBLICATIONS
ON GLOBAL COMPETITIVENESS
*KÜRESEL REKABET GÜCÜ KONUSUNDAKİ YAYINLARIN GÖRSEL
HARİTALANDIRILMASI VE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ*.....1008-1031

4. Sani Muhammad AHMAD / Emine Elif NEBATI / Nur KOÇ / Mehmet Fatih ACAR

ANALYTIC NETWORK PROCESS APPROACH FOR EVALUATING
SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
*SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ
İÇİN ANALİTİK AĞ SÜRECİ YAKLAŞIMI*.....1032-1054

5. H. Selçuk ETİ

ÜST BİLİŞSEL FARKINDALIĞIN REKLAM ALGISINA ETKİSİ
*THE EFFECT OF METACOGNITIVE AWARENESS ON ADVERTISING
PERCEPTION*.....1055-1070

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

6. Firdevs ÖZTÜRK / Damla ZÜMBÜL / Figen AKÇA

ONLİNE VE YÜZ YÜZE PSİKOLOJİK DANIŞMAYA İLİŞKİN TUTUM
İLE ÇEVİRİMİÇİ MAHREMİYET KAYGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

*AN INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ATTITUDE
TOWARDS ONLINE AND FACE-TO-FACE COUNSELING AND ONLINE
PRIVACY CONCERN: BURSA CITY CASE*.....1071-1095

7. Selim SÜLEYMAN

AN ANALYSIS OF SECTORAL EXPORT POTENTIAL OF TURKEY BY
USING STRUCTURAL GRAVITY MODEL

*TÜRKİYE'NİN SEKTÖREL İHRACAT POTANSİYELİNİN YAPISAL
ÇEKİM MODELİ İLE ANALİZİ*.....1096-1112

8. Ayşe KARA / Didem Zeynep BAYAZIT / Figen YILDIRIM

ULUS MARKALAŞMASININ DEĞİŞEN EKONOMİK BOYUTLARI VE
ÜLKELERE KATTIĞI DEĞER

*THE CHANGING ECONOMIC DIMENSION OF NATION
BRANDING AND THE VALUE ADDED TO COUNTRIES*.....1113-1136

9. Esra TÖRE / Ayşe Rukive YAYLA

OKUL PSİKOLOJİK DANIŞMANLARININ 2023 EĞİTİM VİZYONUNDA
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK ALANINA İLİŞKİN
GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

*EXAMINING OF OPINIONS OF SCHOOL PSYCHOLOGICAL COUNSELORS
ABOUT THE 2023 EDUCATIONAL VISION IN THE FIELD OF GUIDANCE AND
PSYCHOLOGICAL COUNSELING*.....1137-1172

10. Canan DAĞIDIR ÇAKAN / Esengül ÖZDEMİR ALTINIŞIK

PANDEMİ DÖNEMİ BORSA ETKİNLİĞİ ve BİBLİYOMETRİK ANALİZİ
*STOCK MARKET EFFICIENCY AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS IN THE
PANDEMIC PERIOD*.....1173-1196

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

11. Yeşim BOZKURT / Zekeriya Fatih İNEC

OTANTİK BİR UZAKTAN ÖĞRENME SİSTEMİNİN ÖĞRENMEYE ETKİSİNİN
İNCELENMESİ
*INVESTIGATION OF THE EFFECT OF AN AUTHENTIC DISTANCE LEARNING
ENVIRONMENT ON LEARNING*.....1197-1218

12. Lilla VARGA / Elçin MACAR

MACAR LİSE TARİH DERS KİTAPLARINDA OSMANLI/TÜRKLERİN
GÖRSEL TEMSİLİ (1879–1990 ARASI YILLAR)
*THE VISUAL REPRESENTATION OF THE OTTOMAN-TURKS
IN HUNGARIAN HIGH SCHOOL HISTORY TEXTBOOKS
(BETWEEN 1879–1990)*.....1219-1256

13. Dilan ERBEK / Nazım COĞALTAY

ÖĞRETMENLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGILARI VE KADIN
YÖNETİCİLERE KARŞI TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ
*THE RELATIONSHIP BETWEEN TEACHERS' SOCIAL GENDER PERCEPTIONS
AND THEIR ATTITUDES TO FEMALE ADMINISTRATORS*.....1257-1283

14. Pınar BAŞAR / Ahmet GÜLTEKİN

HİZMETKÂR LİDERLİĞİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ
THE IMPACT OF SERVANT LEADERSHIP ON ORGANIZATIONAL CULTURE1284-1303

15. Tuncer YILMAZ

MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER VE FİRMAYA ÖZGÜ FİNANSAL
DEĞİŞKENLERİN SERMAYE YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TEKNOLOJİ
ŞİRKETLERİ ÜZERİNE LİNEAR VE PANEL REGRESYON ANALİZİ
*THE EFFECT OF MACROECONOMIC INDICATORS AND FIRM-SPECIFIC
FINANCIAL VARIABLES ON CAPITAL STRUCTURE: LINEAR AND PANEL
REGRESSION ANALYSIS ON TECHNOLOGY COMPANIES*.....1304-1319

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

16. Artuğ Eren COŞKUN

BRICS-T EKONOMİLERİNİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSLARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ: ENTROPİ TABANLI WASPAS YAKLAŞIMI
*EVALUATION OF MACROECONOMIC PERFORMANCES OF BRICS-T ECONOMIES:
ENTROPY-BASED WASPAS APPROACH*1320-1340

17. Emel GÜREL / Pelin GÖNKEK

SPOR, KÜLTÜR VE DİL: TÜRKÇEDE BULUNAN ATASÖZÜ VE DEYİMLER
ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ
*SPORT, CULTURE AND LANGUAGE: A CONTENT ANALYSIS ON PROVERBS
AND IDIOMS IN TURKISH LANGUAGE*1341-1364

18. Nurullah KAHVECİOĞLU / Nurullah GÜR

TÜRKİYE VE DOĞU ASYA ÜLKELERİ İMALAT SANAYİ SEKTÖRLERİNİN
TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞUNA GÖRE İTHAL GİRDİ ORANLARININ
GİRDİ-ÇIKTI TABLOLARI İLE ANALİZİ
*ANALYSIS OF IMPORT INPUT RATIOS BY TECHNOLOGY INTENSITY OF
MANUFACTURING INDUSTRY SECTORS OF TURKEY AND EAST ASIAN
COUNTRIES WITH INPUT-OUTPUT TABLES*1365-1388

19. Serkan TERZİ / İlker KIYMETLİ SEN

GERÇEĞE UYGUN DEĞER ÖLÇÜMÜNE İLİŞKİN AÇIKLAMALARIN
DENETİM ÜCRETİNE ETKİSİ: BORSA İSTANBUL ÖRNEĞİ
*THE IMPACT OF DISCLOSURES OF FAIR VALUE MEASUREMENT
ON AUDIT FEES: EVIDENCE FROM BORSA ISTANBUL*1389-1404

20. Gamze ÖZTÜRK DANİŞMAN

BANK MARKET POWER AND RISK DURING CRISES
KRİZ ZAMANLARINDA BANKA PİYASA GÜCÜ VE RİSKİ1405-1422

21. Ezgi TAN / Yasemin KUŞ

BENLİK SAYGISI İLE CERRAHİ OLMAYAN ESTETİK MÜDAHALELER
ARASINDAKİ İLİŞKİDE BEDEN İMGESİ BAŞ ETME STRATEJİLERİNİN
ROLÜNÜN İNCELENMESİ
*INVESTIGATION THE ROLE OF BODY IMAGE COPING STRATEGIES IN THE
RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND NON-SURGERY AESTHETIC
INTERVENTIONS*1423-1441

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES

22. Mustafa ŞEHİRLİ / Cahit ERDOĞAN

TÜKETİCİ DAVRANIŞ MODELLERİ ÇERÇEVESİNDE KAYIP
MÜŞTERİLERİN TERK ETME NEDENLERİ VE GERİ DÖNME NİYETLERİ
ÜZERİNE BİR ÖLÇEK ÇALIŞMASI
*A SCALE STUDY ON THE REASONS FOR LOST CUSTOMERS TO
SWITCH AND THEIR INTENTIONS TO RETURN WITHIN FRAMEWORK
OF CONSUMER BEHAVIOR MODELS*.....1442-1469

23. Aylin GÖZEN / Melis ATABEY KIRAN

AİLE İŞLETMELERİNDE DEVİR PLANLAMASI SÜRECİ VE LİDERİN
ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ
*ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL
COMMITMENT AND SUCCESSION PLANNING IN FAMILY BUSINESSES*.....1470-1486

24. Tuğba SEN DEMİRCİ / Akın MARSAP

KURUMSAL İTİBAR ALGISININ ÖRGÜTSEL ÇEKİCİLİK VE ÖRGÜTSEL
ÖZDEŞLEŞME ÜZERİNE ETKİSİNİN YEME İÇME SEKTÖRÜNDE İNCELENMESİ
*INVESTIGATION OF THE EFFECT OF PERCEPTION OF CORPORATE REPUTATION
ON ORGANIZATIONAL ATTRACTION AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION
IN THE FOOD AND BEVERAGE SECTOR*.....1487-1511

25. Bilge Nur PEKER / Ali GÖRENER

TESİS YERİ SEÇİMİNDE KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIKLARININ
BULANIK FUCOM YÖNTEMİYLE BELİRLENMESİ
*THE FUZZY FUCOM METHOD FOR DETERMINING THE IMPORTANCE
WEIGHTS OF CRITERIA IN FACILITY LOCATION SELECTION*.....1512-1536

TEORİK MAKALE / THEORETICAL ARTICLE

26. Arman Aziz KARAGÜL

MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ TASARIMINDA REA MUHASEBE MODELİ
*REA ACCOUNTING MODEL IN THE DESIGN OF ACCOUNTING
INFORMATION SYSTEMS*.....1537-1557

TEORİK MAKALE / THEORETICAL ARTICLE

27. Hacer SUBAŞI / Nadire Gülçin YILDIZ

BAĞLANMA TEMELLİ KANITA DAYALI MENTÖRLÜK MODELİ
ATTACHMENT-FOCUSED EVIDENCE-BASED MENTORING MODEL.....1558-1580

28. Elnur RZAYEV / Yahya FİDAN / Sebahattin ÇETİN

AZERBAIJAN LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU VE
GELİŞTİRİLEBİLECEK ALANLAR
GENERAL STATUS OF AZERBAIJAN LOGISTICS SECTOR AND AREAS
THAT CAN BE IMPROVED.....1581-1608

DERLEME MAKALESİ / REVIEW ARTICLE

29. Ahmet GÖCEN

AHİLİK: EĞİTİM AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME
AKHISM: AN EVALUATION IN TERMS OF EDUCATION?.....1609-1625

30. Erhan ERKEN

İSTANBUL'DA CUMHURİYET DÖNEMİNDE PLANLAMA ÇALIŞMALARI:
HENRI PROST VE LUIGI PICCINATO'NUN PLANLARININ SONRAKİ
DÖNEMLERE ETKİLERİ AÇISINDAN MUKAYESELİ ANALİZİ
PLANNING STUDIES IN THE REPUBLIC PERIOD IN ISTANBUL:
A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EFFECTS OF HENRI PROST
AND LUIGI PICCINATO PLANS ON THE FUTURE.....1626-1648

31. Fahrettin KORKMAZ / Emre KIYAK / Püren AKÇAY

ÖRGÜTSEL ÇATIŞMALARIN YÖNETİMİNE YÖNELİK BİR ARAÇ OLARAK
ARABULUCULUK
MEDIATION AS A TOOL FOR ORGANIZATIONAL CONFLICT MANAGEMENT.....1649-1669

Geliş Tarihi:

15.02.2021

Kabul Tarihi:

14.09.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Örücü, E., & Zeybek, F. (2022).
Dönüşümcü liderlik ile inovatif davranış
eğilimleri arasındaki ilişki: Örgütsel
bağlılığın aracılık etkisi. *İstanbul Ticaret
Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 962-981.
doi: 10.46928/iticusbe.878586

DÖNÜŞÜMCÜ LİDERLİK İLE İNOVATİF DAVRANIŞ EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN ARACILIK ETKİSİ



Araştırma

Fatma Zeybek  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

fatmazeybek@ogr.bandirma.edu.tr

Edip Örücü  

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi

eorucu@bandirma.edu.tr

Fatma Zeybek, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi İşletme bölümünde doktora öğrencisidir. Örgütsel davranış, insan kaynakları yönetimi, pazarlama ve sayısal yöntemler alanında araştırmalar yapmakta ve çalışmaktadır.

Edip Örücü, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Yönetim ve Organizasyon profesörüdür. Örgütsel davranış, insan kaynakları yönetimi, bilimsel araştırma teknikleri ve stratejik yönetim alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

DÖNÜŞÜMCÜ LİDERLİK İLE İNOVATİF DAVRANIŞ EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN ARACILIK ETKİSİ

Edip ÖRÜCÜ
eorucu@bandirma.edu.tr
Fatma ZEYBEK
fatmazeybek@ogr.bandirma.edu.tr

Özet

Günümüzün giderek dijitalleşen dünyası, rekabetin giderek artmasıyla birlikte yeni liderlik tarzlarının uygulanmasına zemin hazırlamıştır. Bu kapsamda değişimin temsilcisi olan dönüşümcü liderler ön plana çıkmaktadır ve dönüşümcü liderler, işgörenler ile ortak vizyon oluşturarak işgörenlerin performanslarını yükseltmeleri için yol göstermektedirler. Bu çalışmada, işgörenlerin iş ortamında çalışırken iletişim halinde olduğu dönüşümcü liderlerin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma evreni kapsamında, İstanbul ve Bandırma’da perakende sektöründe çalışan 350 kişiye online anket uygulanması planlanmış ve perakende sektöründe çalışan 332 kişiye online anket çalışması uygulanmıştır. Uygulanan analizlerin sonucunda dönüşümcü liderliğin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın kısmi aracılık rolünü üstlendiği belirlenmiştir. Bununla birlikte literatürde dönüşümcü liderlik ile inovatif davranış arasındaki ilişkide örgütsel bağlılığın aracılık rolünün irdelenmemesi, bu çalışmanın önemini vurgulamaktadır.

Amaç: Çalışmada, dönüşümcü liderlerin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolünün belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Metodoloji: Çalışmada, çalışma faaliyetini sürdüren işgörelere basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak online anket çalışması uygulanmıştır.

Bulgular: Çalışmanın sonucunda, dönüşümcü liderliğin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın kısmi aracılık rolü olduğu belirlenmiştir.

Özgünlük: Ulusal ve uluslararası literatürde dönüşümcü liderlik ile işgörenlerin inovatif davranışları arasındaki ilişkide örgütsel bağlılığın aracılık rolünün irdelenmemesi, bu çalışmayı özgün ve önemli kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dönüşümcü Liderlik, İnovatif Davranış Eğilimleri, Örgütsel Bağlılık

JEL Sınıflandırması: M1, O3

THE RELATIONSHIP BETWEEN TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND INNOVATIVE BEHAVIOR TENDENCIES: THE MEDIATING EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT

Abstract

Today's increasingly digitalized world has paved the way for the implementation of new leadership styles with the increasing competition. In this context, transformational leaders who are the representatives of change come to the fore, and transformational leaders create a common vision with the employees and guide them to increase their performance. In this study, it is aimed to determine the mediating role of organizational commitment in the effect of transformational leaders, with whom employees are in contact while working in the business environment, on the innovative behavior tendencies of the employees. Within the scope of the research universe, it was planned to apply an online questionnaire to 350 people working in the retail sector in İstanbul and Bandırma, and an online questionnaire was applied to 332 people working in the retail sector. As a result of the analyzes applied, it was determined that organizational commitment plays a partial mediating role in the effect of transformational leadership on the innovative behavior tendencies of the employees. However, the fact that the mediating role of organizational commitment in the relationship between transformational leadership and innovative behavior is not examined in the literature highlights the importance of this study. **Purpose:** In the study, it is aimed to determine the mediating role of organizational commitment in the effect of transformational leaders on the innovative behavior tendencies of the employees. **Methodology:** In the study, an online questionnaire study was applied to the employees who continue their work activities by using simple random sampling method. **Results:** As a result of the study, it was determined that organizational commitment has a partial mediating role in the effect of transformational leadership on the innovative behavior tendencies of the employees. **Originality:** The fact that the mediating role of organizational commitment in the relationship between transformational leadership and innovative behaviors of employees is not examined in the national and international literature makes this study unique and important.

Keywords: Transformational Leadership, Innovative Behavior Tendencies, Organizational Commitment

JEL Classification: M1, O3

GİRİŞ

Çalışma ortamında liderler, bireysel çalışma ve takım çalışmasının geliştirilmesinde, çalışma ortamının koşullarını işgörenlerin yaratıcılığına katkıda bulunabilecek şekilde düzenlenmesinde önemli bir rol üstlenirler. Günümüzde giderek dijitalleşen dünya da liderlik tarzlarının değişmesine ve yeni liderlik tarzlarının uygulanmasına zemin hazırlamıştır. Yeni liderlik tarzlarından olan dönüşümcü liderlik kavramı, işgörenlerin değerlerinin ve önceliklerinin dönüştürülmesi, işgörenlerin işletmenin vizyonu yönünde yönlendirilmesi ve işgörenlerin yüksek performans göstermesi için motive edilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Bu sebeple, işletmenin ortak amaçlarına ulaşılması için liderlerin ve işgörenlerin etkileşim halinde olarak birlikte çaba sarf etmeleri gerekmektedir. Dönüşümcü liderlik; karizma, ilham verme, entelektüel etki ve bireysel ilgi olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır (Bass, 1999; Eyal & Kark, 2004).

İnovatif davranış bir problemin farkında olmak, yeni fikirleri benimsemek ve yeni fikirlerin oluşumundaki problemleri çözülmesidir. Dolayısıyla iş ortamlarında inovatif davranış, işi ve işteki performansı geliştirmek için yeni fikirlerin yaratılmasını, benimsenmesi veya yeni fikir ya da süreçlerin uygulanmasıyla ilgili faaliyetleri kapsar (Kanter, 1988; Janssen, 2000).

İşgörenlerin, içinde bulunduğu işletmenin amaç ve değerlerini benimsemesi, işletmeye olan sadakati ve işletmenin gelişmesi için yüksek performansla çaba gösterme isteği örgütsel bağlılık olarak ifade edilebilir. Örgüte yüksek bağlılık gösteren işgörenlerin, işletmenin hedeflerine ulaşmasında daha çok çabaladıkları ve düşük bağlılık gösterenlerin ise örgüt için daha az çaba sarf ettikleri söylenebilmektedir. Ayrıca örgütsel bağlılık kavramı duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır (Drummond, 2000; Kreitner & Kinicki, 2001). Literatür incelendiğinde örgütsel bağlılığın inovatif davranış eğilimlerini etkilediği, dönüşümcü liderliğin örgütsel bağlılığı etkilediği çeşitli çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu kapsamda çalışmada, işgörenlerin iş ortamında çalışırken iletişim halinde bulunduğu dönüşümcü liderlerin, işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolünün belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın gerekçesi ise literatürde dönüşümcü liderlik ile inovatif davranış eğilimleri arasındaki ilişkide örgütsel bağlılığın aracılık rolünü ele alan çalışma veya çalışmaların olmamasıdır. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde çalışmanın kavramsal çerçevesi açıklanmakta, geçmiş çalışmalar özetlenmekte, daha sonra yöntem ve bulgular ile elde edilen sonuçlar ifade edilmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırma kapsamındaki dönüşümcü liderlik ve alt boyutları, inovatif davranış eğilimleri ve örgütsel bağlılık ve alt boyutları sırasıyla ele alınacaktır.

Dönüşümcü Liderlik

Piyasada değişen dijital dünyaya uyum sağlanması için yeni liderlik tarzlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yüzden dönüşümcü liderlik kavramı giderek önem kazanmaya başlamıştır. Dönüşümcü liderlik kavramı ilk kez Dawston (1973)'un "İsyan Liderliği" adlı araştırmasında ortaya atıldığı söylenebilir (Eraslan, 2006). Bazı kaynaklara göre Burns tarafından literatüre kazandırıldığı belirtilebilir (Burns, 1978). Burns (2003) dönüşümcü liderliği, yüksek idealler ve etik değerlerle işgörenlerin istek, ihtiyaç ve değer yargılarının harekete geçirilmesi şeklinde açıklamaktadır. Leithwood (1993) ise dönüşümcü liderliği; işgörenlerin misyon, vizyon ve sorumluluklarının yenilenmesiyle ortak amaçlara ulaşılmasında var olan yapının kendini dönüştürmesi gerektiğini ifade eder.

Bass & Avolio (1995) teknolojiye yeni yeniliklere, piyasadaki değişimlere uyum sağlayabilmek ve uluslararası alanlarda yer edinebilmek için en uygun liderlik yaklaşımının dönüşümcü liderlik olduğunu dile getirmişlerdir. Başka bir deyişle Bryman (1992)'a göre, dönüşümcü liderliğin söz konusu olması için hem liderlerin hem de işgörenlerin birbirlerini motive etmeleri ve amaçlarına olan bağlılıklarını yükseltmeleri gerekir. Bu sebeple Bryman, liderlerin ve işgörenlerin ortak amaçlara yönelmeleri ve istenilen hedeflerin peşinden koşmaları gerektiğini ifade etmiştir (Bryman, 1992). Bass (1985) dönüşümcü liderliğin boyutlarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir.

Karizma: Dönüşümcü liderler, işgörenler için rol model konumundadırlar. Liderler işgörenlerine değer verirler, onlara saygılı davranırlar, güvenlerini kazanırlar ve işgörenlerine işletmenin misyonunu, amacını açıklarlar. İşgörenlerini motive ederek daha iyi performans göstermelerini sağlayarak işletmenin hedefleri için çalışmalarına yönlendirirler (Bass, 1985). Karizması olan liderler özellikle, olağanüstü durumlar söz konusu olduğunda sosyal, ekonomik, dini veya siyasi yönlerini kullanarak toplumda etkin olabilmekte ve dolayısıyla dönüşüme neden olabirler (Babahanoğlu, 2016).

İlham verme: Dönüşümcü liderler, işletmenin hedefleri yönünde işgörelere cesaret verirler. İşgörenlerin motivasyonunu sağlayarak, coşku ve iyimserlik duygusunu arttırmaya çalışırlar. Böylece liderler, işgörenlerin kendilerinden beklenenin üstünde performansa ulaşacağını düşünmektedirler (Bass, 1985). Liderler, işgörenlerin klasik uygulamaları bırakmaları gerektiğini dile getirir ve yenilikçi uygulamalara yönlendirirler. İşgörenlerin bu yenilikçi uygulamalara adaptasyonunu sağlarken, onlara güvenli bir ortam sunarlar (Kılınç, 1996). Hinkin & Tracey dönüşümcü liderlerin, işgörenleri iyimser şekilde grup çalışmasına yönlendirdiğini ve kendi bünyesindeymiş gibi teşvik ettiğini ifade eder. Dolayısıyla liderler, işgörenleri işletmenin vizyonuna ve hedeflerine duydukları bağlılıklarını açıkça gösterirler (Hinkin & Tracey, 1994).

Entelektüel etki: Liderler işgörenlerin yeteneklerini göstermeleri için onları yönlendirerek, koçluk görevi üstlenmektedirler (Nielsen & Daniels, 2011). Liderler işgörenlerin sorunlarla karşılaştıklarında farklı bakış açılarıyla bakmalarını, olumsuz tepki ve eleştirileri engellemek için hoşgörüyü dayalı bir ortam sunarlar. Dolayısıyla yenilikçi ve farklı bakış açılarını da göz önüne alırlar (Mackenzie & Podsakoff, 2001). Dönüşümcü liderler, işgörenleri yalnızca zihinsel olarak desteklemekle kalmazlar, aynı zamanda özgüvenlerini artırmayı ve becerilerini ortaya çıkarmayı isteyerek, çalışma ortamında onları güdülerler. Aynı zamanda bu liderler, işgörenleri desteklemenin yanında işletmenin ve organizasyonun amaçlarını düzenli olarak takip ederler (Celep, 2004).

Bireysel ilgi: Liderler, her bir işgöreni değerlendirerek ve işgörenler arasındaki farklılıkları belirleyerek, işgörenleri yetenekleriyle ulaşabilecekleri amaçlara yönlendirirler. Bu yeteneklerini verimli bir şekilde kullanan işgörenlerin işletmenin gelişmesinde katkı sağlayacağını dile getirirler. Ayrıca işgörenlerin kişisel değişimlerini işletmenin büyümesini destekleyen bir etken olarak görürler. Liderler, işgörenlerle güçlü ve samimi ilişki kurarlar ancak disiplinli davranmayı da her şeyden üstün tutarlar (Bass, 1985).

İnovatif Davranış Eğilimleri

Schumpeter (1939) inovasyon kavramını, “yeni ürünlerin yaratılması ve organizasyonlarda yenilik yapılmasıyla işletmelerin fayda sağlaması” şeklinde ifade etmektedir (Schumpeter, 1939). İnovasyon kavramı, kısaca yeni düşüncelerin işletmelere ya da organizasyonlara katkı sağlamasıdır.

İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için kâr elde etmeleri gerekmektedir. İşletmeler rakiplerinden geri kalmamak için tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını dikkate almalı, sürekli yenilenme içinde olmalı, teknolojiye uyum sağlamalı, rakiplerini analiz etmeli ve bu özellikleri kapsayan stratejilerini belirlemelilerdir (Celep ve Ayhün, 2019). Farr & Ford (1990) inovatif davranış eğilimlerini, bireylerin davranışlarında yenilikçi bakış açısının yerleştirilmesi ya da bir organizasyon içindeki yeni süreçlerin ve prosedürlerin başlatılmasını amaçlayan davranış olduğunu ifade ederler. İnovatif davranış eğilimlerinde amaç; ürün, hizmet ve süreçlerle ilgili yeni fikirlerin ortaya atılmasıdır (Amabile, 1988).

Örgütsel Bağlılık

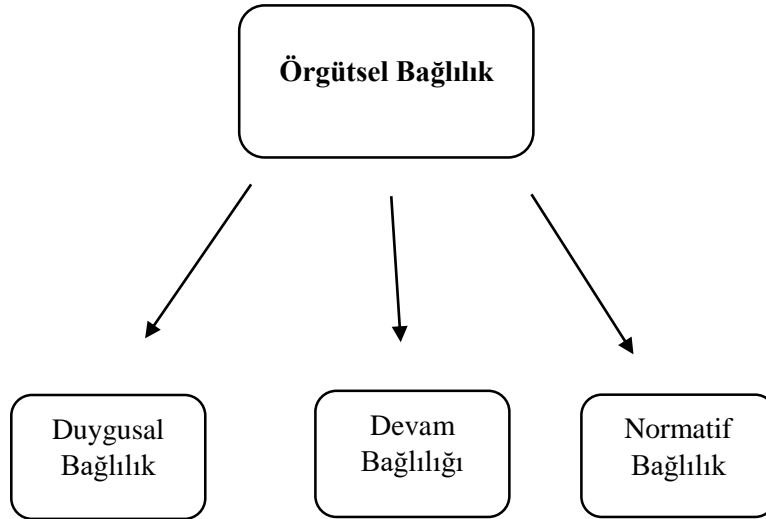
Örgütsel bağlılık kavramı; işgörenlerin işletmeye bağlılığını ve işletmenin gelişimi için gösterdikleri tutumu ifade eder. Hall vd. (1970) örgütsel bağlılığı, firmanın amaçları ile işgörenlerin bireysel amaçlarının birleşimi olarak tanımlamaktadır (Hall, Schneider & Nygren, 1970).

Örgütsel bağlılık, işgörenler ile çalıştığı işletme arasındaki ilişkiyi ifade eden psikolojik durum şeklinde de ifade edilebilir (Allen & Meyer, 1990). Allen & Meyer (1996) örgütsel bağlılığı; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığından oluşan üç boyutta ele almışlardır.

Duygusal bağlılık, işgörenlerin işi kabul etmesi, işe katılım göstermesi ve bağlılığını ifade eder. Dolayısıyla duygusal bağlılığı güçlü olan işgörenlerin örgütlerde verimli çalıştıkları söylenebilir. Aynı zamanda işgörenlerin değer ve beklentileri ile işletmenin değer beklentileri arasındaki uyum, işgörenlerin duygusal bağlılığını artırmaktadır (Meyer vd. 2002).

Devam bağlılığı, işgörenlerin işten ayrılma kararı almaları durumunda karşılaşılabilecek etkileri dikkate alarak, işi değerlendirmesi gereken bağlılık boyutunu ifade etmektedir. Devam bağlılığı yüksek olan işgörenler, çalışmalarına verimli bir şekilde devam eder. İşgörenlerin devam bağlılığını geliştirebilmeleri için işgörenlerin iş sayısının artırılması ve algılanan alternatiflerin değerlendirilmesi gerekmektedir (Meyer & Herscovitch, 2001).

Normatif bağlılık, işgörenlerin çalıştıkları şirkete karşı hissettikleri yükümlülük duygusudur. Normatif bağlılığı yüksek olan işgörenler çalışmaya devam eder ve bunu bir zorunluluk olarak görürler (Wiener, 1982).



Şekil 1. Örgütsel Bağlılık ve Alt Boyutları

LİTERATÜR TARAMASI

Araştırma kapsamındaki dönüşümcü liderlik, inovatif davranış eğilimleri ve örgütsel bağlılık değişkenlerinin birbirleriyle ilişkilerini içeren yurtiçi ve yurtdışı çalışmalar aşağıda sırasıyla ele alınacaktır.

Akyüz vd. (2020), işgörenlerde inovatif davranış göstermelerinde örgüt kültürünün, iş tatmini ve örgütsel bağlılığa etkisini değerlendirmişlerdir. Çalışma kapsamında Levha Sanayi'ndeki 7 farklı üretim departmanındaki 190 işgörene anket uygulanmıştır. Çalışma kapsamında, Kolmogorov-

Smirnov, pearson korelasyon analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmada; inovatif davranış eğilimleri, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve örgüt kültürü arasında olumlu ve anlamlı ilişki bulunmuştur.

Gerards vd.. (2020), yenilikçi çalışma stili ile girişimci davranış arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ayrıca bu ilişkide dönüşümcü liderlik ve sosyal etkileşimin aracılık etkisini değerlendirmişlerdir. Çalışma kapsamında, Hollanda'da 254 çalışana anket çalışması uygulanmıştır. Elde edilen verilerle çok yönlü faktör analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, işgörenlerin yenilikçi çalışma stili ile girişimci davranışları arasında olumlu ilişki olduğu ve bu ilişkide dönüşümcü liderliğin aracılık rolünü üstlendiği tespit edilmiştir.

Uysal ve Shibu (2020), KOBİ yöneticilerinin dönüşümcü liderlik tarzlarının inovatif davranışa etkisini incelemişlerdir. Araştırma kapsamında, Samsun OSB'nde faaliyet gösteren toplam 193 yönetici ve çalışanlara anket çalışması yapılmış ve araştırmada korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmada, KOBİ'lerin piyasada rekabet edebilmek için yenilikçi stratejiyi benimseyerek hareket etmelerinin, işgörenlerin inovatif davranışlarını arttıracığı saptanmıştır.

Watts vd.. (2020), dönüşümcü liderlik ile işgörenlerin yenilikçi davranışları arasındaki etkiyi incelemiş ve bu etkide belirsizlikten kaçınmanın aracılık rolünü irdelemişlerdir. Araştırmada, 17 ülkeden yapılan saha çalışmalarına dayanan bir meta analiz çalışması uygulanmış ve bu kapsamda 929 makale incelenmiştir. Çalışma neticesinde, yöneticilerin dönüşümcü liderliğinin ulusal sınırlardan bağımsız olarak bireysel bazda ve ekip düzeyinde yenilikçi davranışlarla olumlu yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Cho vd. (2019), üretim ve hizmet sektöründe yer alan 181 Amerikalı ve 315 Koreli işgörene anket uygulayarak, Koreli ve ABD'li işgörenlerin liderlik stili ile duygusal örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada elde edilen veriler ile korelasyon ve doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, ABD işgörenleri için dönüşümcü liderlik ile duygusal bağlılık arasındaki pozitif ilişkinin Koreli işgörene göre daha güçlü olduğu, işlem liderliğinde ise sadece Koreli işgörenele duygusal bağlılığın pozitif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Foçalıgil (2019), factoring şirketlerinde dönüşümcü liderlik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin varlığını incelemiştir. Araştırma kapsamında, 4 factoring şirketinden 150 katılımcıya anket uygulanarak, analiz yapılmıştır. Araştırmada, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlerin sonucunda; dönüşümcü liderlik alt boyutlarının, örgütsel bağlılık alt boyutları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken; liderlerin ilham verici motivasyon özellikleri arttığında, işgörenlerin duygusal bağlılıklarının arttığı ve idealleştirilmiş etki özellikleri arttığında ise işgörenlerin devam bağlılıklarının arttığı söylenebilmektedir.

Tekin ve Akgemci (2019), işgörenlerin örgütsel bağlılıklarını ve inovatif iş davranışlarını araştırmışlardır. Çalışmada, Türkiye'de üretimi yapılan otomotiv firmalarındaki 406 işgörene anket

uygulanmıştır. Analiz sonucunda, işgörenlerin örgütsel bağlılıklarının, inovatif iş davranışlarını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir.

Shaijk (2018), duygusal bağlılık ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışma, küresel insan kaynakları yönetimi projesi kapsamında oluşturulmuştur. Bu kapsamda 2839 işgörene ve 383 yöneticiye anket çalışması uygulanarak, veriler toplanmıştır. Çalışmada korelasyon, regresyon analizleri ve faktör analizi uygulanmıştır. Çalışmaya göre, işgörenlerin duygusal bağlılıkları ve inovatif iş davranışları arasında olumlu ve anlamlı ilişki olduğu ve örgütsel yenilikçi iklimin aracılık rolünü üstlendiği saptanmıştır.

Miller (2018), market perakendecilik sektöründeki işgörenlerin yenilikçi iş davranışı ve işe bağlılığını, liderlerin işgörenleriyle olan ilişkilerini değerlendirmiştir. Ayrıca araştırma, yenilikçi iş davranışının lider ve işgören ilişkisinde bir aracılık rolü üstlenmesi ile işgörenlerin bağlılığı üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma kapsamında, katılımcılarla nitel analiz yöntemlerinden olan odak grup, yarı yapılandırılmış pilot görüşme ve birebir görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, liderlerin X kuşağının farkında olmadığı ve baby boomers'ların liderlerine ulaşma ve yeni fikirleri keşfetmek için daha fazla kaynağa ihtiyacı olduğu; liderlerin, değişen işgören ihtiyaçları konusundaki farkındalıklarını arttırarak işgörenlerin bağlılığını arttırabilecekleri söylenebilir.

Wu ve Chen (2018) çalışmalarında, Tayvan otel endüstrisinde liderlik tarzları, kolektif psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık ve yenilikçilik arasındaki ilişkileri incelemiştir. Çalışma kapsamında, Tayvan'da turistik otellerin yiyecek, içecek ve pazarlama bölümlerinden 52 otelden gelen 267 personele anket çalışması yapılmıştır. Çalışmadaki veriler yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Çalışma sonucunda, liderlik tarzlarının örgütsel bağlılık ve yenilikçilik arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolünü üstlendiği belirlenmiştir.

Hakimian vd. (2016), Malezya'da 219 Kobi işgörenine uyguladıkları ankette örgütsel bağlılık ile işgörenlerin inovatif davranışları arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Çalışmada elde edilen verilerle korelasyon, basit regresyon ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, işgörenlerin normatif ve duygusal bağlılıklarının inovatif davranışları olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

YÖNTEM

Araştırmanın odak noktası, işgörenlerin iş ortamında çalışırken iletişimde bulunduğu dönüşümcü liderlerin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolünün değerlendirilmesidir. Araştırmanın evreni kapsamında, İstanbul ve Bandırma'da perakende sektöründe çalışan 350 işgörene online anket çalışmasının uygulanması planlanmış ve perakende sektöründeki 332 işgörene ulaşılarak online anket çalışması uygulanmıştır. Bu anket çalışmasını gerçekleştirmek Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi 2020-6 toplantı nolu ve 05/11/2020 tarihli Etik

Kurul Onayı alınmıştır. Bu çalışmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak anket çalışması yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan örgütsel bağlılık ölçeği, Allen & Meyer (1990) tarafından geliştirilmiştir; bu ölçek Boylu, Pelit ve Güçer (2007) tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. İnovatif davranış eğilimleri ölçeği Janssen (2000) tarafından geliştirilmiştir. Dönüşümcü liderlik ölçeği ise Bass & Avolio (1995) tarafından geliştirilmiş ve Karip (1998) tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir.

Araştırmanın hipotezleri aşağıda ifade edilmiştir.

H1: Dönüşümcü liderlik inovatif davranış eğilimlerini etkiler.

H2: Dönüşümcü liderlik örgütsel bağlılığı etkiler.

H3: Örgütsel bağlılık inovatif davranış eğilimlerini etkiler

H4: Dönüşümcü liderliğin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık etkisi vardır.

BULGULAR

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Verilerinin Dağılımı

Değişkenler	Alt Gruplar	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	204	61,4
	Erkek	128	38,6
Yaş	18-25 yaş arası	33	9,9
	26-33 yaş arası	145	43,7
	34-41 yaş arası	83	25,0
	42-49 yaş arası	42	12,7
	50 ve üzeri	29	8,7
Eğitim Durumu	İlk / Ortaöğretim	1	,3
	Lise	170	51,2
	Önlisans	19	5,7
	Lisans	27	8,1
	Yüksek Lisans / Doktora	115	34,6
Medeni Durum	Bekar	158	47,6
	Evli	174	52,4
Meslek Tecrübesi	1 Yıl	23	6,9
	1-5 Yıl	103	31,0
	6-10 Yıl	73	22,0
	11-15 Yıl	42	12,7
	16 Yıl ve üzeri	91	27,4
Kurumsal Çalışma Süresi	1 Yıl	58	17,5
	1-5 Yıl	161	48,5
	6-10 Yıl	51	15,4

	11-15 Yıl	23	6,9
	16 Yıl ve üzeri	39	11,7
Yönetici ile Çalışma Süresi	1 Yıl	91	27,4
	1-5 Yıl	177	53,3
	6-10 Yıl	28	8,4
	11-15 Yıl	18	5,4
	16 Yıl ve üzeri	18	5,4
	Toplam	332	100

Tablo 1'e göre perakende sektöründeki kadın sayısının 204 (%61,4) ve erkek sayısının 128 (%38,6) olduğu; işgörenlerin %43,7'sinin 26-33 yaş arasında olduğu, %51,2'sinin lise mezunu, %31'inin meslek tecrübesinin 1-5 yıl arasında olduğu, %48,5'inin kurumda çalışma süresinin 1-5 yıl arasında olduğu ve %53,3'ünün yönetici ile çalışma süresinin 1-5 yıl arasında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenilirlik Katsayıları

Ölçek	Madde	Cronbach's Alpha
Örgütsel Bağlılık	18	0,774
İnovatif Davranış Eğilimleri	9	0,943
Dönüşümcü Liderlik	20	0,953

Araştırmanın güvenilirlik ve geçerlilik analizi Cronbach's Alpha ile belirlenmiştir. Ölçeklerde 0,70 ve üzeri Cronbach's Alpha değeri güvenilir olarak kabul edilir (Cronbach, 1951).

Tablo 3. Ölçeklerin Betimleyici İstatistikler

	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maximum
ÖB	3,19	0,52	1,00	5,00
İDE	3,84	0,72	1,00	5,00
DL	3,51	0,77	1,00	5,00

Yukarıdaki tabloda gösterilen kısaltmalardan ÖB; örgütsel bağlılık, IDE; İnovatif davranış eğilimleri ve DL ise dönüşümcü liderliği ifade eder. Araştırmaya katılanların ÖB, DL ve İDE düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğu saptanmıştır.

Tablo 4. Normallik Testi Değerleri

Ölçek	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
ÖB	0,233	0,602
İDE	-0,964	2,364
DL	-0,779	0,703

Bazı araştırmacılar basıklık ve çarpıklık değerlerinin kendi standart hatasına bölünmesi ile elde edilen değerlerin, 3.2'nin altında kaldığında verilerin normal dağılım gösterdiğini varsaymaktadır (Tabachnick

& Fidell, 2007). Ölçekteki verilerin normal dağılımını etkilediği için inovatif davranış eğilimi ölçeğindeki 1.,2.,3. ve 9. sorular çıkarılarak, normallik testi uygulanmıştır. Normallik testine göre tabloda yer alan çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 5. KMO ve Bartlett's Testi Tablosu

		ÖB	İDE	DL
Kaiser-Mayer-Olkin (KMO)		0,879	0,902	0,966
	X ²	2020,998	1336,313	4944,145
Bartlett's Küresellik Testi	df	78	10	136
	Sig.	0,000	0,000	0,000

Tablo 5'te ölçeklerin geçerliliğinin test edilmesi için keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Bu sonuçlara göre, ÖB ölçeğinin örneklem yeterliliği 0,879, İDE örneklem yeterliliği 0,902 ve DL örneklem yeterliliği 0,966 olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte Bartlett's küresellik testlerinin sonuçlarının da p = 0,000 ve anlamlıdır (p<0,05). Bu test sonuçları faktör analizi için örneklem büyüklüğünün yeterli sayıda ve ölçeklerin faktör yükleri açısından kabul edilebilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Örgütsel Bağlılığın Boyutları ve Faktör Yükleri

Örgütsel Bağlılık	Boyutlar		
	1	2	3
öb1duy	0,793		
öb2duy	0,753		
öb3duy	0,854		
öb4duy	0,856		
öb5duy	0,804		
öb6duy	0,843		
öb9dvm		0,733	
öb10dvm		0,777	
öb12dvm		0,834	
öb14norm			0,773
öb15norm			0,617
öb16norm			0,665
öb17norm			0,767

Tablo 6'da katılımcıların örgütsel bağlılıkları üç boyutta toplanmıştır. Ölçekte yer alan 7.,8.,11., 13. ve 18. sorunun çıkarılmasıyla örgütsel bağlılık ölçeğinin faktör yükleri kabul edilebilir hale gelmiştir.

Tablo 7. İnovatif Davranış Eğilimlerinin Boyutları ve Faktör Yükleri

İnovatif Davranış Eğilimleri	Boyut
ino4	0,872
ino5	0,901
ino6	0,896
ino7	0,900
ino8	0,879

Tablo 7’de katılımcıların inovatif davranış eğilimlerinin faktör yükleri gösterilmektedir. Ölçekte yer alan 1.,2.,3. ve 9. sorunun çıkarılmasıyla inovatif davranış eğilimleri ölçeğinin faktör yükleri kabul edilebilir hale gelmiştir.

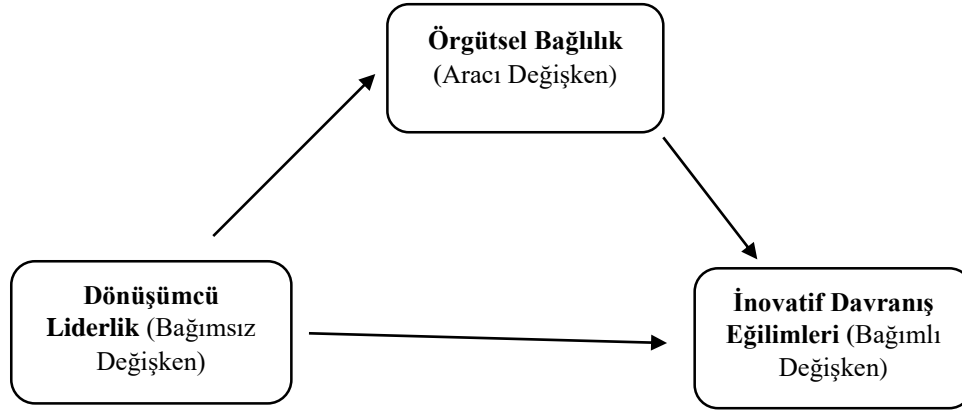
Tablo 8. Dönüşümcü Liderliğin Boyutları ve Faktör Yükleri

Dönüşümcü Liderlik	Boyutlar			
	1	2	3	4
dl5kar	0,835			
dl11kar	0,812			
dl13kar	0,840			
dl19kar	0,781			
dl4ilhm		0,685		
dl6ilhm		0,790		
dl7ilhm		0,778		
dl9ilhm		0,766		
dl14ilhm		0,831		
dl3ent			0,764	
dl16ent			0,893	
dl18ent			0,839	
dl8bir				0,855
dl10bir				0,725
dl15bir				0,746
dl17bir				0,866
dl20bir				0,843

Tablo 8’de katılımcıların dönüşümcü liderlik algıları dört boyutta toplanmıştır. Ölçekte yer alan 1., 2. ve 12. sorunun çıkarılmasıyla dönüşümcü liderlik ölçeğinin faktör yükleri kabul edilebilir hale gelmiştir.

Değişkenler Arası İlişkiler

Çalışmada dönüşümcü liderlik, inovatif davranış eğilimleri ve örgütsel bağlılık değişkenlerine hiyerarşik regresyon analizi uygulanmasıyla değişkenler arasındaki aracılık etkisi tespit edilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın modeli aşağıda gösterilmektedir.



Şekil 2. Aracılık Modeli

Şekil 2'deki model, DL ile İDE arasındaki ilişkide ÖB'nin aracılık etkisini göstermektedir. Modeldeki bağımsız değişkenler; DL ve ÖB, bağımlı değişken ise İDE'dir.

Tablo 9. Dönüşümcü Liderliğin İnovatif Davranış Eğilimleri Üzerindeki Etkisinin Basit Regresyon Analizi ile Testi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	t	p
INO	DL	0,341	0,048	0,363	7,080	0,000

F= 50,125
 $R^2= 0,132$
Düzeltilmiş $R^2= 0,129$
Tahmini Std. Hata= 0,67863
Anova (Anlamlılık)= 0,000

İnovatif davranış eğilimlerinin %13,2'sinin DL ile açıklandığı belirlenmiştir. DL'nin İDE'yi anlamlı ve olumlu etkilediği belirlenmiştir. Analiz sonucunda H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Dönüşümcü Liderliğin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinin Basit Regresyon Analizi ile Testi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	T	P
ÖB	DL	0,317	0,033	0,472	9,736	0,000

F= 94,797
 $R^2= 0,223$
Düzeltilmiş $R^2= 0,221$
Tahmini Std. Hata= 0,45903
Anova (Anlamlılık)= 0,000

Örgütsel bağlılığın %22,3'ünün DL ile açıklandığı saptanmıştır. DL'nin ÖB'yi anlamlı ve olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Analiz sonucuna göre H2 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 11. Örgütsel Bağlılığın İnovatif Davranış Eğilimleri Üzerindeki Etkisinin Basit Regresyon Analizi ile Testi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	B	t	p
INO	ÖB	0,480	0,072	0,343	6,633	0,000

F= 44,002
R²= 0,118
Düzeltilmiş R²= 0,118
Tahmini Std. Hata= 0,68417
Anova (Anlamlılık)= 0,000

İnovatif davranış eğilimlerinin %11,8'inin ÖB ile açıklandığı görülmektedir. ÖB'nin İDE üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu saptanmıştır. Analiz neticesinde H3 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 12. Aracılık Testi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	t	p	Tolerans	VIF
INO	ÖB	0,309	0,080	0,221	3,872	0,000	0,777	1,287
	DL	0,243	0,053	0,259	4,542	0,000	0,777	1,287

F= 33,623
R²=0,170
Düzeltilmiş R²= 0,165
Tahmini Std. Hata= 0,66468
Anova (Anlamlılık)= 0,000

İnovatif davranış eğilimlerinin %17'sinin ÖB ve DL ile açıklandığı belirlenmiştir. Modeldeki İDE'yi %11,8'ini ÖB ile açıklandığı ve İDE'nin %13,2'sini DL ile açıklandığı söylenebilir. İfade edilen R² değerleri %17'ye yükseldiği için DL'nin İDE üzerindeki etkisinde ÖB'nin kısmi aracılık etkisi olduğu belirlenmiş ve H4 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Günümüzün giderek dijitalleşen dünyasında, rekabetin giderek artması, küreselleşme gibi faktörler ile birlikte yeni liderlik tarzlarına ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Bu kapsamda değişimin temsilcisi olan dönüştürücü liderler ön plana çıkmaktadır. Dönüştürücü liderler, işgörenler ile etkili iletişim kurmakta, ortak vizyon oluşturmada ve işgörenlerin yüksek performans göstermeleri için yol göstermektedirler. Ayrıca işgörenlerin işe duydukları sadakat, işi benimsemeleri ve devam göstermeleri de hem işin düzenli akışı hem de işletmenin performansı için önem taşımaktadır. Liderlerin işgörenlerinin işe bağlılığını yükseltmek için onları motive etmeleri, iş konusunda güvenmeleri ve fikirlerine saygı duymaları gerekmektedir. Bunun yanı sıra liderlerin, iş ortamında

akışı etkileyen yeni fikir ve süreçleri işgörenlerine benimsetmeleri ve inovatif davranışlara yönlendirmeleri gerekir.

Çalışmada, dönüşümcü liderlerin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolünün belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evreni kapsamında, İstanbul ve Bandırma'da perakende sektöründe çalışan 350 işgörene online anket uygulanması planlanmış ve perakende sektöründe çalışan 332 işgörene ulaşılarak online anket çalışması uygulanmıştır. Anket çalışmasını gerçekleştirmek için Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi 2020-6 toplantı nolu ve 05/11/2020 tarihli Etik Kurul Onayı alınmıştır.

Dönüşümcü liderliğin işgörenlerin inovatif davranışları üzerinde anlamlı ve olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir ve bu sonuçlar Uysal & Şıbu (2020), Arslan ve Çakmak (2019) tarafından yapılan araştırmalarda da görülmüştür. Dönüşümcü liderliğin işgörenlerin örgütsel bağlılıkları üzerinde anlamlı ve olumlu yönde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar Altıntaş (2020), Cho vd. (2019), Raja & Palanichamy (2014) tarafından yapılan çalışmalarda da saptanmıştır. Bununla birlikte örgütsel bağlılığın işgörenlerin inovatif davranışlarını anlamlı ve olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuçlar Shaijk (2018), Hakimian vd. (2016) tarafından yapılan araştırmalar ile de desteklenmektedir.

Modeldeki beta katsayıları bulgularına göre inovatif davranış eğilimlerini açıklamada örgütsel bağlılığın ve dönüşümcü liderliğin pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca dönüşümcü liderliğin işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın kısmi aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Benzer sonuçlar Wu & Chen (2018) tarafından yapılan çalışmada da görülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle; yöneticilerin, işgörenlerin örgütsel bağlılığını arttırmak için dönüşümcü liderlik algılarını geliştirmeleri gerekmektedir. Bu konuda yöneticilere gerekli eğitimlerin verilmesi gerekmekte ve verilen eğitimlerin sonucunda yöneticilerin değişime uyum sağlamaları, gelişime açık olmaları ve iş ortamını yakından takip etmeleri beklenmektedir. İşgörenlerin örgütsel bağlılığını arttırmak için dönüşümcü liderlerin işgörenlerine karşı yapıcı ve ılımlı yaklaşımda bulunmaları, işgörenlerle arasındaki iletişim kalitesini geliştirmeleri, işgörene karşı adil davranmaları, işgörenlerini motive etmeleri ve işgörenleriyle paylaşım içerisinde olmaları gerekmektedir.

Dönüşümcü liderliği benimseyen yöneticilerin işgörenlerine karşı saygılı olmaları, işgörenleriyle güçlü iletişim kurmaları, yeniliklere ve değişimlere açık olmaları, vizyon sahibi olmaları ve en önemlisi de işgörenlerine değer vermeleri ve işgörenleriyle yakından ilgilenmeleri gerekmektedir. Bu

tutumlar sayesinde işgörenlerin örgüte bağlılığının artacağı ve işgörenlerin yüksek performans gösterme eğiliminde olacakları söylenebilmektedir. İşgörenlerin bu performansı sürdürebilmeleri ve değişime adapte olabilmeleri için yöneticilerin işgörenlerinin inovatif davranışlarını arttırmaya çalışmaları gerekir. Bunun için işgörelere sürekli kendini yenileme, geliştirme fırsatı bulabilecekleri ve fikirlerini rahatça dile getirebilecekleri koşulların sağlanması gerekir.

Bu çalışmada işgörenlerin iletişim halinde olduğu dönüşümcü liderlerin, işgörenlerin inovatif davranış eğilimleri üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolü tespit edilmiştir. İlerleyen araştırmalarda farklı değişkenlerle farklı sahalarda ve daha fazla örneklem sayısıyla yeni araştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, K. C., Yıldırım, İ. ve Gürsoy, K. (2020). Örgüt kültürünün çalışanlarda inovatif düşünce geliştirme iş tatmini ve örgüt bağlılığına etkisi (Lif levha sanayi örneği). *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8, 1216-1226. doi: 10.29130/dubited.664709
- Allen, N. & Meyer, J.P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 123-148. doi: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x>
- Allen, N. & Meyer, J.P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: an examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*, 49(43), 252-276. doi: <https://doi.org/10.1006/jvbe.1996.0043>
- Altıntaş, M. (2020). *Dönüşümcü liderlik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi: İletişim sektöründe bir araştırma*. Altınbaş Üniversitesi (Yüksek lisans tezi). Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>, Erişim tarihi: 05/12/2020
- Amabile, T.M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10,123-167. Erişim adresi: <https://web.mit.edu/curhan/www/docs/>, Erişim tarihi: 09/12/2020
- Arslan, F. ve Çakmak, A.F. (2019). Yiyecek-içecek çalışanlarının yenilikçi iş davranışı ile ilişkisinde dönüşümcü lider ve demografik bazı değişkenlere göre farklılığının incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 220-235. doi: 10.26677/tr1010.2019.156
- Babahanoğlu, N. (2016). *Çalışanların dönüşümcü liderlik algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkileri: Tekstil sektöründe bir araştırma in Dicle University* (Doktora tezi). Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>, Erişim tarihi: 05/01/2021
- Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectation*. New York: Free Press.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1995). *Mlq-multifactor leadership questionnaire*. California: Mind Garden.
- Bass, B. M. (1999). Two decades of research and development in transformational leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1),9-32, doi: 10.1080/135943299398410
- Boylu, Y., Pelit, E. ve Güçer, E. (2007). Akademisyenlerin örgütsel bağlılık düzeyleri üzerine bir araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(511), 55-74. Erişim adresi: <http://www.ekonomikyorumlar.com.tr/>, Erişim tarihi: 07/11/2020
- Bryman, A. (1992). *Charisma and leadership in organizations*. London: Sage.
- Burns, M. G. (1978). *Leadership*. Newyork: Harper-Row.
- Burns, J. M. (2003). *Transforming leadership: A new pursuit of happiness*. New York: Atlantic Monthly Press.
- Celep, O. (2004). *Dönüşümsel liderlik*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Celep, O. ve Ayhün, S. E. (2019). Dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik tarzlarının sosyal sermaye ve lider-üye etkileşimine etkisi: otel işletmelerinde bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 14(2), 133-152. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/girkal/issue/51925/658137>, Erişim tarihi: 06/11/2020
- Cho, Y., Shin, M., Billing, T. K. & Bhagat, R.S. (2019). Transformational leadership, transactional leadership, and affective organizational commitment: A closer look at their relationships in two distinct national contexts. *Asian Business & Management*, 18, 187-210. doi: <https://doi.org/10.1057/s41291-019-00059-1>
- Cronbach, L.J. (1951). Alfa katsayısı ve testlerin iç yapısı. *Psikometrik*,1(16), 297- 333. Erişim tarihi: 05/02/2021

- Drummond, D. C. (2000). What does cue-reactivity have to offer clinical research?. *Addiction*, 95(2), 129-144. doi: <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.95.8s2.2.x>
- Eraslan, L. (2006). Liderlikte post-modern bir paradigma: Dönüşümcü liderlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2-32. Erişim adresi: <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/ijhs/article/view/168>, Erişim tarihi: 03/01/2020
- Eyal, O. & Kark, R. (2004). How do transformational leaders transform organisations? A study of the relationship between leadership and entrepreneurship. *Leadership and Policy in Schools*, 3(3), 211-235. doi: 10.1080/15700760490503715
- Farr, J. L. & Ford, C. M. (Ed.). (1990). *Individual innovation*. London: John Wiley & Sons.
- Foçalıgil, Y. (2019). *Faktoring şirketlerinde dönüşümcü liderliğin örgütsel bağlılığa etkisi in İstanbul Okan University* (Yüksek lisans tezi). Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>, Erişim tarihi: 12/12/2020
- Gerards, R., Wetten, S. V. & Sambeek, C. V. (2020). New ways of working and intrapreneurial behaviour: The mediating role of transformational leadership and social interaction. *Review of Managerial Science*. doi: <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00412-1>
- Hakimian, F., Farid, H., İsmail, M.N. & Nair, P.K. (2016). Importance of commitment in encouraging employees' innovative behaviour. *Asia-Pacific Journal Of Business Administration*, 8(1), 70-83. Erişim adresi: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/APJBA-06-2015-0054/full/html>, Erişim tarihi: 05/12/2020
- Hall, D.T., Schneider, B. & Nygren, H.T. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative Science Quarterly*, 15, 176-190. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/2391488?seq=1#metadata_info_tab_contents, Erişim tarihi: 03/01/2021
- Hinkin, T. R. & Tracey, J. B. (1994). Transformational leadership in the hospitality industry. *Hospitality Research Journal*, 18, 49-63. doi: <https://doi.org/10.1177/109634809401800105>
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational And Organizational Psychology*, 73(3), 289-302. doi: <https://doi.org/10.1348/096317900167038>
- Kanter, R.M. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211. Erişim tarihi: 08/10/2020
- Karip, E. (1998). Dönüşümcü liderlik. *Kurum ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 4(4). Erişim adresi: kuey.net/index.php/kuey/article/view/656, Erişim tarihi: 05/09/2020
- Kılınç, T. (1996). Önderlikte durumsallığın ötesi (II), Karizmatik önderlik yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 25(2), 67-108. Erişim adresi: <https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/2057/makaleler/25/2/>, Erişim tarihi: 15/09/2020
- Kreitner, R. & Kinicki, A. (2001). *Organizational behavior*. Irwin/McGraw-Hill.
- Leithwood, K. A. (1993). *Contributions of transformational leadership to school restructuring*, Paper presented at the Annual Meeting of the University Council for Educational Administration, Houston University, Texas. Erişim adresi: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED367061.pdf>, Erişim tarihi: 25/12/2020
- Mackenzie, S. B. & Podsakoff, P.M. (2001). Transformational and transactional leadership and salesperson performance. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 29(2), 115-134. Erişim adresi: <https://link.springer.com/article/10.1177/03079459994506>, Erişim tarihi: 14/10/2020

- Meyer, J. P. & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: Toward a general model, *Human Resource Management Review*, 11, 299-326. Erişim tarihi: 24/09/2020
- Meyer, J. P., Stanley, D.J., Herscovitch, L. & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A Meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences, *Journal of Vocational Behavior* 61, 20-52. Erişim tarihi: 10/12/2020
- Miller, L. J. (2018). *Leader–Employee Relationship As An Antecedent To Employee Commitment Mediating Innovative Work Behavior* (Doktora tezi, Capella University, United States). Erişim adresi: <https://ethos.bl.uk/Home.do>, Erişim tarihi: 15/01/2021
- Nielsen, K. & Daniels, K. (2011). Does shared and differentiated transformational leadership predict followers' working conditions and well-being?. *The Leadership Quarterly*, 1-15. doi: 10.1016/j.leaqua.2011.09.001
- Raja, A.S. & Palanichamy, P. (2014). Leadership styles and its impact on organizational commitment. *The Journal Of Commerce*, 3(4). doi: 10.1177 / 097324701100700315
- Schumpeter, J. A. (1939) *Business cycle*. Philadelphia: Porcupine Press.
- Shaijk, V. S. (2018). *The relationship between affective organizational commitment, organizational citizenship behavior and innovative behavior* (Yüksek lisans tezi, Radboud University, Nijmegen). Erişim adresi: https://theses.uibn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/5792/Schajjk%2C_Sigrid_van_1.pdf?squence=1, Erişim tarihi: 13/12/2020
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2007). Using multivariate statistics. 5. baskı. Boston: Pearson Education Inc.
- Tekin, İ. Ç. ve Akgemci, T. (2019). Örgütsel bağlılığın yenilikçi iş davranışına etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(4), 1709-1739. doi: 10.15295/bmij.v7i4.1189
- Uysal, G. & Shibu, A. (2020). Kobilerde örgütsel yenilik ve örgütsel yaratıcılık stratejileri: dönüşümcü liderlik etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 41-49. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/asead/issue/52903/686041>, Erişim tarihi: 11/12/2020
- Watts, L. L., Steele, L.M. & Hartog, D.N.D. (2020). Uncertainty avoidance moderates the relationship between transformational leadership and innovation: A meta-analysis. *Journal of International Business Studies*, (51), 138-145. doi: 10.1057/s41267-019-00242-8
- Wiener, Y. (1982). Commitment in organizations: A normative view. *Academy of Management Review*, 7, 418-428. doi: 10.5465/amr.1982.4285349
- Wu, C. M. & Chen, T.J. (2018). Collective psychological capital: Linking shared leadership, organizational commitment, and creativity. *International Journal of Hospitality Management*, (74),75-84. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.02.003

Geliş Tarihi:

27.09.2022

Kabul Tarihi:

23.10.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Karaduman S., & Ünlü Karataş N. (2022). Dijital yayıncılık ve izleme pratikleri: “Gain” üzerine bir analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 982-1007. doi: 10.46928/iticusbe.1001254

DİJİTAL YAYINCILIK VE İZLEME PRATİKLERİ:

“GAIN” ÜZERİNE BİR ANALİZ


Araştırma

Doç. Dr. Sibel Karaduman 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Akdeniz Üniversitesi

sibelkaraduman@gmail.com

Nagihan Ünlü Karataş 

Akdeniz Üniversitesi

nagihan.2607@gmail.com

Sibel Karaduman, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema bölümünde Doçent Doktor olarak görev yapmaktadır.

Nagihan Ünlü Karataş, Akdeniz Üniversitesi İletişim Anabilim Dalı Doktora öğrencisidir.

DİJİTAL YAYINCILIK VE İZLEME PRATİKLERİ:

“GAIN” ÜZERİNE BİR ANALİZ

Sibel Karaduman
sibelkaraduman@gmail.com
Nagihan Ünlü Karataş
nagihan.2607@gmail.com

ÖZET

Amaç: Teknolojinin gelişmesi ve evlerimize kadar girmesiyle birlikte, kullanıcılara sunulan kişiselleştirilmiş hizmetler, içerikleri tüketen bireyler için tercih edilme nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital platformlara yönelik ilginin artması, bireylerin boş zaman aktivitesi olarak da bu kanalları kullanması ve uygulayıcılar için içerik üretiminin seri hale gelmesi, birçok platforma gerek televizyon ekranlarından gerekse telefon ya da tablet aracılığıyla erişebilme imkanını beraberinde getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, 30 Aralık 2020 tarihinde yayın hayatına başlayan ve diğer platformlardan farklı uygulama biçimleri olan Gain dijital platformu izleyicilerinin izleme ve kullanım pratiklerini ortaya çıkarmaktır.

Yöntem: Çalışmada, Gain izleyicilerinin izleme ve kullanım pratiklerine yönelik nitel bir araştırma yapılmış, veriler 10 kişi ile yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda elde edilmiş ve betimsel analiz yapılmıştır.

Metodoloji/Yaklaşım: Medya metinlerini kendilerine sunulduğu biçimde doğrudan, olduğu gibi aldığı savına dayanan edilgin izleyici tezi, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımıyla birlikte başlayan araştırmalarla metne müdahale edebilen etkin/aktif izleyiciler tezine dönüşmüştür. Bu çalışmanın kuramsal yaklaşımı, Gain izleyicilerinin izleme ve kullanım pratiklerini ortaya koyma amacı doğrultusunda Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımının temel prensipleri ve kavramları çerçevesinde oluşturulmuştur.

Bulgular: İzleyicilerin Gain’i tercih etmede, gündelik yaşam pratikleri içinde içeriklerin kısalığı, akıllı cep telefonlarıyla içeriklere erişim kolaylığı, içeriklerin kalitesi ve özgünlüğü izleme ve tercih sebeplerinin başında geldiği tespit edilmiştir.

Özgünlük: Günümüz yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ve dijital platformların izleyiciyi/kullanıcıyı tamamen odak merkezine almasıyla izleyicinin aktif konumunu kalıcı hale getirmesine imkan sağlamıştır. Bu bağlamda Gain’in, izleyiciye kısa ve kolay tüketilebilir içerik vaadi sunan ilk platform olma özelliği dolayısıyla izleyicilerinin izleme ve kullanım pratiklerini araştırmak bu çalışmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İzleyici, Kullanımlar ve Doyumlar, Dijital Yayıncılık, Gain.

JEL Sınıflandırması: Y80

DIJITAL PUBLISHING AND WATCHING PRACTICES: AN ANALYSIS ON “GAIN”

ABSTRACT

Purpose: With the development of technology and its penetration into our homes, personalized services offered to users emerge as the reason for preference for individuals consuming content. The increasing interest in digital platforms, the use of these channels as a leisure activity by individuals and the serialization of content production for practitioners bring the opportunity to access many platforms either from television screens or via phones or tablets. The aim of this study is to reveal the viewing and usage practices of the audience of the Gain digital platform, which started broadcasting on December 30, 2020 and has different application forms from other platforms.

Metod: In the study, a qualitative research was conducted on the watching and usage practices of Gain viewers, and the data were obtained as a result of in-depth interviews with 10 people and was made descriptive analysis.

Methodology/Approach: The passive audience thesis, which is based on the argument that they receive the media texts directly as they are presented to them, has turned into the active audience thesis that can interfere with the text with the researches that started with the Uses and Gratifications approach. The theoretical approach of this study has been formed within the framework of the basic principles and concepts of the Uses and Gratifications Approach in line with the aim of revealing the monitoring and usage practices of Gain viewers.

Finding: It has been determined that the audience's preference for Gain is the shortness of the content in daily life practices, the ease of accessing the content with smart mobile phones, the quality and originality of the content, and the reasons for watching and preference.

Originality: With the development of today's new communication technologies and digital platforms putting the viewer/user in the center of focus, it has allowed the audience to make its active position permanent. In this context, since Gain is the first platform to offer short and easily consumable content to the audience, investigating the viewing and usage practices of its audience constitutes the originality of this study.

Keywords: Audience, Uses and Gratifications, Digital Publishing, Gain

JEL Classification: Y80

GİRİŞ

İzler kitle odaklı araştırmaların geçmişine baktığımızda, egemen ve eleştirel olmak üzere iki temel paradigmaya dayandığı görülmektedir. İzleyicinin etkin olduğunu savunan pozitivist yaklaşım ‘kullanımlar ve doyumlar’, temelinde izleyicinin medya çıktılarını olduğu gibi kabul eden bireyler olarak değerlendirmez. Bu yaklaşıma göre, izleyicilerin medya içeriklerini niçin kullandıkları sorunsalı, iletişim çalışmalarında araştırılması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitlelerin medyayı kullanım amaçlarının yanı sıra, söz konusu içeriklerden beklentisinin karşılanması ve bunun sonucunda elde ettiği doyum ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımının bir diğer sorunsalıdır.

Eleştirel paradigma içerisinde doğan alımlama analizi çalışmaları ise; izleyicilerin medya içerikleri karşısında aktif bir konumda bulunduğunu savunmuştur. Hall’un bu çalışmalar ekseninde geliştirdiği ‘kodlama-kodaçımı’ kuramı ile izler kitleyi pasif olarak gören anlayış başka bir boyut kazanarak izleyiciyi aktif bir konuma yerleştirmiştir. Hall kültürel incelemeler alanının en önemli kuramsal metinlerinden biri olan “Kodlama/kodaçma” (Encoding/Decoding) (2006) başlıklı çalışmasında alana uzun yıllar egemen olmuş olan lineer iletişim modeline bir alternatif geliştirmeye çalışmış ve alımlama sürecinin karmaşık yapısını anlamaya yönelik bir çerçeve önermiştir. Hall’ün önerdiği bu yeni çerçevede ‘gönderen-mesaj-alıcı’ döngüsünün yerini, birbirleriyle ilgili ama birbirlerinden farklı uğrakların -üretim, dolaşım, dağıtım/tüketim, yeniden üretim- eklemlenmesi almaktadır (Hall, 2006; akt: Özçetin, 2021: s.174).

Kitle iletişim araçlarının ürettiği içeriklerde, medyayı tüketen kişilerin özellikleri oldukça önemlidir. Medyada üretilen içeriklerin izleyiciler tarafından alımlanmasına yönelik çalışmaların temeli, ‘Kültürel Çalışmalar Geleneği’ne dayanmaktadır. Alıcıların, kitle iletişim araçları aracılığıyla alıcıya ulaşan medya iletileri karşısındaki konumunu ve mesajları nasıl alımlandığını belirlemeye çalışan alımlama çalışmaları adı altında yapılan araştırmalar, Stuart Hall’un kodlama-kodaçımı perspektifinden kitlelerin izleme pratiklerini tespit etmeyi hedeflemektedir.

Günümüzün medya araçları evlerimizden ceplerimize taşınmış, bu da izleyicilerin medya araçlarına maruz kalma sürelerini arttırmıştır. Bu amaçla, daha kaliteli ve çeşitli içerik sunabilmek adına içerik üreten medya kanalları izleyiciye uygun yayın yapabilmek adına sürekli olarak dönüşüm içerisinde. Kendi belirlediği zamanda ve sürede içerik tüketebilen izleyici, değişen koşullar ve gelişen teknoloji sayesinde en aktif olduğu dönemini yaşamaktadır. İnternetin izleyiciye sunduğu olanaklar sayesinde yeni medya ortamları, dijital platformların da kolay tüketimine imkan sağlamaktadır. Kolay ve hızlı tüketim vaadi ile Türkiye’de faaliyetlerine başlayan dijital yayın platformu Gain, 2021 yılının başında dijital yayıncılık faaliyetleri arasında yerini almıştır.

Bu çalışmanın temel amacı, ‘Yeni nesil içerik platformu’ mottosu ile, herkese, her ortamda ve her zaman tam da ihtiyaç duydukları kısıklıkta içerik sunmayı hedeflediklerini ifade eden Türkiye’deki dijital yayın platformlarından en yenisi olan “Gain” dijital platformun izleyici/kullanıcı tarafından

izleme ve kullanım pratiklerini analiz etmektir. İzleyici odaklı kitle iletişim araştırmalarının kavramsal çerçevesini çizdiği çalışmada, egemen paradigma içinden Kullanım ve Doyumlar yaklaşımı, Kültürel çalışmalar geleneği ve bu geleneğin önemli ismi Stuart Hall'un 'kodlama ve kodaçımı' kavramları ve eleştirel paradigma içinde yer alan alımlama çözümlemesi yaklaşımıyla yapılan diğer izler kitle araştırmalarına yer verilmiştir. Çalışma sonunda farklı yaş grupları, farklı meslekler ve farklı kültürel ard alanlara sahip 10 kişi ile derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler yapılmış ve yeni nesil içerik platformu "Gain"ın içerikleri hakkında kullanıcıların izleme ve kullanım pratiklerine ait veriler toplanarak betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE/LİTERATÜR

Televizyon Çalışmalarında Egemen Bir Yaklaşım: Kullanımlar ve Doyumlar

İzler kitlenin televizyon karşısında aktif olmadığı görüşü 1960'lı yıllardan sonra değişmeye başlamış ve 'bireylerin medya ile ne yaptığı' düşüncesi gündeme gelmiştir. İzleyici 70'li yıllara kadar, kitle iletişim araçlarına yönelik kendi seçimleri ve tepkileriyle, açıklama talep eden ve anlamlandırmaya çalışan kişiler olarak incelenmeye başlamıştır. Bu yıllarda, Blumler ve Katz'ın yaptığı araştırmalar, izleyici odaklı çalışmaların öncüsü olarak görülmüş, izler kitlenin iletiyi oluşturanlar kadar aktif olduğunu varsayan 'Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı'nın temelleri atılmıştır (Fiske, 2003: s.194).

Kitle iletişim kuramlarının gelişmeye başlaması ile kitle iletişim araçlarının izleyici üzerindeki etkisi temelinde oluşan izler kitle analizi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile yeni bir boyut kazanmıştır. Medyanın izler kitle olarak bireylere ne yaptığı sorunsalı, bireylerin medya ile ne yaptığı sorunsalına evrilerek, izler kitleyi merkeze alan bir boyuta dönüşmüştür.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını iki döneme ayırmak mümkündür: 1940'lı yıllar ve sonrası 'klasik' dönem, 1970'li yıllar ve sonrası ise 'modern' dönemdir. 1940'lı yıllarda klasik dönemde, izleyiciler televizyonu çoğunlukla bilgi ve tavsiye almak, kültürel hareketlilik sağlamak, kendi saygınlıklarını güvence altına almak, rol model olmak gibi nedenlerle kullanırken, modern dönemde izleyici karşımıza sorgulayan, eleştiren, salt tüketen değil, gördüklerini ve izlediklerini seçici/kontrollü bir şekilde bükebilen bireyler olarak çıkmaktadır (McQuail & Windahl, 1997: s.155). Örneğin Herta Herzog'un (1942,1944) radyo dinleyicilerinin özellikle diziler, yarışma programlarından hangi doyumları sağladığını ortaya çıkarmayı hedeflediği araştırmalar yaklaşımın ilk adımlarındandır. Blumler ve Katz'ın 1970'li yıllarda yaptıkları araştırmalar ise, yaklaşımın modern dönemini oluşturmaktadır.

Modern dönemde, insanların medyayla ne yaptığı sorusuyla yola çıkan Elihu Katz (1959: s.2-3) kişilerin değer yargılarının, ilişkilerinin, toplum içerisindeki rollerinin, yaşadıkları ortamların seçme eğilimlerini şekillendirdiğini ifade etmektedir. İzler kitlenin kültürel olarak tüketim faaliyeti, kendi içerisinde toplumsal, kültürel ve iktidar ağlarından oluşan bir yapıya sahiptir. Rubin (1983), televizyon kullanımlarından kaynaklanan iki izleyici tipolojisinden bahsedebileceğini söyler. Birinci

tipoloji televizyonu eğlence ve tüketim amaçlı kullanırlen, ikinci tipoloji bilgi edinme gayreti ile daha gerçekçi sebeplerle izlemektedir (akt: Özçetin, 2018: s.114).

Katz ve Blumer medyanın kitlelerde doyuma ulaştırdığı gereksinimlerin, toplumsal kökenleri olduğu görüşünden hareketle, Kullanımlar ve Doyumlar çalışmalarının temellerini şöyle sıralanabilir (Fiske, 2003: s.199-200):

- Kullanımlar ve Doyumlar kuramında izleyici aktiftir. Medyanın yayınladığı her şeyin edilgen bir alıcısı değildir. Program içeriğini kendi seçer ve kullanır.
- İzleyiciler ve dinleyiciler kendi gereksinimlerine en iyi doyumları sağlayacak medyayı ve programları özgürce seçerler. Medya yapımcısı, programın kullanım biçimlerinin farkında olmayabilir ve farklı izleyiciler aynı programı farklı gereksinimlerini gidermek amacıyla kullanabilirler.
- Medya doyumun tek kaynağı değildir. Tatil, dans ve spor da doyumun kaynağı olabilmektedir.
- İnsanlar bazı durumlarda kendi çıkarlarının ve güdülerinin farkındadırlar ya da farkında olmaları sağlanabilir.
- Medyanın kültürel önemi konusundaki değer yargıları göz ardı edilmek zorundadır.

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, izleyicinin medyayı niçin kullandığı sorusuna yanıt arar. Yaklaşımın temel varsayımına ve yapılan görgül araştırmalardan ele edilen bulgulara göre, izleyiciler toplumsal ve psikolojik kökenleri olan gereksinimlerini gidermek için medyaya yönelirler. Farklı beklentilerle medyayı kullanma, farklı doyumlarla sonuçlanır (akt: İrvan, 1994: s.205). Mutlu, izleyicilerin kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullandığını iddia eden kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının, işlevselci bir perspektiften geliştirilmiş bir tipolojiyle, izleyicilerin televizyonu niçin izledikleri sorusunu, bu etkinliği “edilgin” değil, tersine izleyicinin “faal” olarak katıldığı bir süreç olarak tanımladığını söyler (1999: s.81). En belirgin ifadeyle ‘seçici izleme’ kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının temel fikrini oluşturmaktadır.

İzler kitle, kendisine kitle iletişim araçları vasıtasıyla ulaşan içeriği, içerisinde bulunduğu kültür ve duygu durumu sonucunda yorumlamaktadır. Bu nedenle David Morley, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını, psikolojik indirgemeci olması noktasında eleştirmekte, bireylerin anlık durumları ve ihtiyaçları çerçevesinde ilerleyerek, bireyi toplumsal süreçlerden soyutladığına değinmektedir. Medyanın sunmuş olduğu mesajların pasif izleyicileri olduğu ön kabulüne karşı çıkan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, herhangi bir sınırlamadan uzak aktif izleyici inancına dayanmaktadır (Özçetin, 2010: s.17).

İnternet teknolojisinin etkisiyle birlikte yeni medya araçları ve izleyici/kullanıcı arasındaki ilişki boyutunu merak eden araştırmalar, Kullanımlar ve Doyumlar kuramını yeniden revize edilip farklı çalışmalarda kullanılmasına imkan sağlamıştır. Televizyon çalışmalarında da bu durum, dijital

platformların yaygınlaşması, televizyona alternatif olarak yayıncılık faaliyetlerinin internet ortamında yapılması ile farklı bir boyut kazanmıştır. Dijital platformların sayısının artması, abonelik sisteminin yaygınlaşması ve izleyicilerin içeriklere para karşılığında ulaşması durumu, izleme pratiklerinde ve izleme davranışlarında değişimler yaratmaktadır. Bireysel izleme eyleminin artmasına bağlı olarak da bu değişimin izleyici odağında nasıl bir dönüşüme uğradığını analiz etmeye çalışan araştırmalarda Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı kuramsal dayanak olarak kullanılmaktadır. Bu dönüşüm süreci, kuramın günümüze de uyarlanabilir yapısını gözler önüne sererek, iletişim çalışmalarına katkı sunmaktadır.

Kültürel Çalışmalar ve İzleyici Araştırmaları

Kültürel çalışmalar yaklaşımı adını, 1964 yılında Birmingham Üniversitesi'nde 'kültürel biçimler, görenekler, kurumlar ve onların toplumla ve toplumsal değişimle ilişkileri' ekseninde iletişim bilimlerine önemli katkılar sunan, Centre Contemporary Cultural Studies (CCCS-Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi)'den alır. 60'lı yılların ortasında kültür ve medya alanında benzer yaklaşımlar sunan akademisyenlerin meydana getirdiği bir sosyal bilim ekolü olan kültürel çalışmalar, o döneme kadar iletişim alanında kemikleşen (ekonomi politikçi ve araççı) yaklaşımları yorumlayarak, farklı disiplinlerden gelen kuram ve kavramları bir araya getirmiştir. İletişim çalışmaları açısından merkezin asıl önemi, alımlama sorununu tartışmaya açmak ve iletişim araçlarında yer alan farklı türlerin okunma biçimlerini, kodlama/metin/kod açılımı modeli içinde sorgulamaktır.* Saussure'nin yapısalcı bakışı kültürel çalışmaların kurucu düşünürleri Raymond Williams, Richard Hoggart ve Stuart Hall'ın düşünceleri üzerinde belli ölçüde etkilidir. Özellikle, Williams'ın kültürü bir yapı olarak görmesi ve kültürel formların belirleyiciliği yönündeki düşünceleri yapısalcı yaklaşımdan izler taşımaktadır (Güngör, 2020: s.520).

Kültürel çalışmalar, izleyicinin okuma ve medya tüketim pratikleri gibi konular üzerine odaklanmakta, şeffaf anlam taşıyıcılar olarak medya metinleri nosyonlarına ve medya metinlerinin dilsel ve ideolojik yapılarına dikkat çekmektedir. Pasif izleyici anlayışının yerine daha aktif bir izleyici kavramını geliştirerek, medya mesajlarının nasıl kodlandığına, kodlanmış metinlerin izleyicinin değişiklik gösteren kod açımları arasındaki ilişkilere yoğunlaşarak, medyanın başat ideolojik tanımlarının ve temsillerin sağlıklı bir şekilde dolaşımında oynadığı rolün incelenmesine odaklanmaktadır (Küçük, 1999: s.56). Stuart Hall'un aktif izleyici ve alımlama çalışmaları üzerindeki etkisi, Hall'un dil ve anlam arasındaki görüşlerinden kaynaklanmaktadır.

Barthes'ın ideolojinin nasıl kurulduğuna ilişkin tartışmaları, Althusser'in medyanın devletin ideolojik bir aygıtı olduğu yönündeki vurgusu, postyapısalcı kuramcıların özneyi bir anlamlandırma süreci

* Kültürel Çalışmalar gibi alımlama analizi de medya mesajlarından, kültürel ve umuma yönelik şekilde şifrelenmiş söylemler olarak bahseder; izleyicileri ise, anlam üretiminin vasıtaları olarak tanımlar. Kullanımlar ve doyumlar araştırması gibi alımlama analizi de, medya alıcıları tüketim, şifre çözümü ve sosyal kullanımlar açısından medyayla ilgili pek çok şey yapabilecek etkin bireyler olarak görür. Alımlama analizini niteleyen şey, çalışmaların medya söylemleriyle izleyici söylemlerinin -içerik yapılarıyla içeriğe ilişkin izleyici tepkilerinin - karşılaştırmalı ampirik bir çözümlemesini içermesi konusundaki ısrardır (Jensen & Rosengren, 2005: s.66).

olarak ele alışı, Laclau ve Mouffe'nin söylemsel pratikler içindeki özne üzerindeki vurgusu, Gramsci'nin hegemonyanın kültürel pratikler ile kurulduğu yönündeki vurgusu ve 'direnme' kavramına ilişkin görüşleri, kültürel çalışmaların kapsamının ne kadar geniş olduğunu göstermektedir (İnal, 1996: s.45).

Bu açıklama Stuart Hall'ü, televizyon mesajlarının kodlayıcıları ile kod çözücüleri arasındaki anahtar anlamlara ve dolayısıyla uzun ama gerekli bir yoldan, 'iletişimi kolaylaştırmak ve daha iyi hale getirmek için tasarlanmış 'kültür politikaları' meselesini araştırmaya itmiştir. Mesajlarının doğru bir şekilde 'karşıya geçemediğini' fark eden televizyon yapımcıları veya 'kodlayıcılar' sıklıkla iletişim zincirindeki karışıklıkları düzeltmek ve iletişimi kolaylaştırmakla ilgilenirler. Böylece aktif izleyicilerin mesajları alımlama süreçleri berraklaşarak iletişim süreci daha etkili hale gelmektedir (Hall, 1973: s.15) Hedef kitleye ve kültüre yüklediği anlam nedeniyle kültürel çalışmalar, metnin esas anlamının metin ile karşı karşıya geldiğinde ortaya çıkacağını ileri sürmekte ve bireyin kendi özgür seçimini yapabilme yetisine sahip olduğunu ileri sürmektedir.

Medya alanında yapılan etnografik çalışmalar, İngiliz Kültürel Çalışmalar ile 1980'lerden başlayarak ivme kazanır. Stuart Hall, David Morley, Ian Ang, Janice Radway, John Fiske'nin araştırmaları yeni izleyici araştırmalarının gelişmesinde önemli açılım sağlamıştır. Stuart Hall'un 'Kodlama-Kodaçımama' modeli (1980) izleyici araştırmaları alanındaki yeni yönelimleri temellendiren bir model olur ve etnografik çalışmalarla birarada kullanılır (Özsoy, 2011: s.108). Örneğin, merkezin Stuart Hall'dan sonra ikinci önemli ismi olan David Morley, 'kodlama ve kodaçma' modelini görgül düzeyde ilk "*The Nationwide Audience*" adlı çalışmasında Nationwide isimli dizi-belgesel programı izleyicileri üzerinde sınınamıştır. Morley'in ilk çalışmanın sınırlılıkları ve eksikliklerini görerek giriştiği diğer bir çalışması olan "*Family Television*"da, katılımcı gözlem, birlikte televizyon izleme gibi yöntemleri içerik analizi ve derinlemesine görüşme gibi yöntemlere ek olarak kullanmıştır. Bu çalışmada Morley, televizyon izleme pratiklerini gündelik, ev içi ve sosyal bir faaliyet olarak incelemekte ve televizyonun aile içinde nasıl kullanıldığını, televizyon içeriklerinin izleyiciler tarafından nasıl yorumlandığını sorgulamayı amaçlamıştır (1990: s.148-150).

Dolayısıyla Kültürel Çalışmaların aktif izleyici odaklı araştırmalarında Birinci Kuşak alımlama analizi çalışmalarına David Morley'in Nationwide Audience (1980); ikinci kuşak çalışmalarına yine D. Morley'in Family Television (1990/1986/), Ian Ang'ın Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination (1991), Hobson, Crossroads: The Drama of a Soap Opera (1982), üçüncü kuşağa ise Radway'in Reading the Romance (1984) Fiske'in Television Culture (1987) çalışmaları örnek verilebilir. Kültürel çalışmalar geleneği içinde yapılan alımlama analizleri bu bağlamda, Stuart Hall'un öncülüğünden giderek izlerkitle araştırmalarına farklı perspektiflerden bakarak saha çalışmalarıyla güçlü bir kuramsal miras bırakmıştır.

Stuart Hall'un Öncü Modeli: Kodlama ve Kodaçım

Aktif izleyici tezi, Kültür Çalışmaları Merkezi'nin başkanlığını yapmış olan Stuart Hall ve öncü çalışması 'Kodlama-Kodaçım' yaklaşımıyla birlikte iletişim bilimleri için yol gösterici bir metindir. Hall, başlangıçta Ferdinand de Saussure'ün etkisiyle yapısalcı bir yaklaşım içinden söylemlerin bir mesajın anlamını yapılaştıran hakim anlamları olduğunu öne sürer. Buna göre ideolojik anlam, herhangi bir metnin/ya da televizyon programının) önerdiği sonsuz sayıda okuması olmamasına dayanmaktadır. Dolayısıyla her metnin sınırlı sayıda okunma olasılığı vardı ve böylelikle okur (ya da izleyici) bu sınırlı anlamlar arasından seçim yapabilir. Bu yorum televizyon programı karşısında izleyiciyi edilgin bir şekilde konumlamaktadır. Hall, 'Kodlama-Kodaçım'da daha önceki yapısalcı konumundan vazgeçer ve medya mesajlarının izleyici tarafından müzakereci bir şekilde okunabileceğini belirtir. Böylelikle medya metinlerinin "sınırlı anlamları" yerine "çokanlamlılığı" kavramını ortaya atar (Mutlu, 1999: s.99,100).

Hall, bir mesajın gönderilmiş olmasının yerine ulaşacağını garantilemediğini vurgular; mesajın ilk oluşturulduğu andan (kodlama) okunduğu ve anlaşıldığı ana (kodaçım) iletişim sürecindeki her anın kendi belirleyenleri ve varlık koşulları olduğunu söyler (Hall'den akt: Turner, 2016: s.108). Bu anlamda kodaçımıyla ilgili Mutlu'nun tespiti kayda değerdir. Ona göre "kodaçım süreci toplumsal bir bağlamda gerçekleşir. İnsanın bir televizyon programını nasıl okuduğu, yorumladığı ve anlamlandırdığı, bu programın izlendiği veya üzerine konuşulduğu toplumsal konum ve duruma bağlıdır" (1999: s.101).

Stuart Hall, kültürel çalışmalar geleneği çerçevesinde kodaçmada kullanılan okuma biçimlerini üç ana başlığa ayırmıştır; hakim/hegemonik okuma, müzakereli okuma ve karşıt okuma. Hakim/hegemonik okuma; mesajın kodlanma ve kodaçım sürecinde hedefe verilmek istenen mesajın büyük ölçüde alındığı alımlama biçimi, müzakereli okuma; mesajın alımlanması sürecinde hedefin kabul ve red okumalarını bir arada yaptığı alımlama biçimi, karşıt okuma ise; hedefe iletilmek istenen mesajın, hedef kitle tarafından tamamıyla reddedildiği alımlama biçimi olarak tanımlamak mümkündür (Özçetin, 2018: s.189). Hall, herhangi bir iletişim biçimindeki hiçbir şeyin doğal olmadığına ısrar eder; mesajların gönderilebilmesi için önce inşa edilmesi gerekir. Ve nasıl ki mesajın inşası etkin, yoruma dayalı ve toplumsal bir olaysa, alımlanma uğrağı da aynı şekildedir. Toplum homojen değildir; farklı gruplar ve çıkarılardan oluşur. Televizyon izlerkitle kendi içinde farklılaşmayan tek bir kitle olarak görülemez; her biri hakim ideolojik biçimler ve anlamlarla farklı şekillerde ilişkili olan farklı toplumsal grupların karışımından oluşur (Turner, 2016: s.108). İzleyiciler tarafından bir metinden farklı anlamlar çıkması, metnin yorumlanması, müzakere edilebilir olması ya da karşıt okunabilmesi gibi eylemler, iletişimsel süreci monolitik yapıdan kurtarmaktadır.

Hall'un kodlama ve kodaçım yaklaşımı bir yerde kırılma yaratsa da, kültürel tüketimi alımlama, anlama, kodaçım sorunları ile çerçevelemesi bakımından yetersiz görülmüştür. Kültürel İncelemeler ekolünde, Hall'ün öğrencileri David Morley, Dorothy Hobson, Ien Ang, David Buckingham ve yakın

zamanda Marie Gillespie gibi isimler, metinlere, ideolojilere ve söylemlere odaklanmaktan ziyade, izler kitlelere ve kültürel tüketim pratiklerine odaklanarak bunu başarmaya çalışmışlardır (Özçetin, 2021: s.175). Son dönem çalışmaların temel kavramsallaştırması izler kitle sosyolojisi üzerinedir.

Dijital Yayıncılık ve Dijital Platformlar

İzler kitle araştırmaları, medya araştırmaları alanında Kültürel Çalışmalar ekolü içinde çok önemli bir yer tutmuştur. Dolayısıyla odak araştırma mecrası televizyon iken, yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte yeni medya ortamlarındaki dijital yayın içeriklerinin kültürel tüketim biçimleri, yeni izler kitle araştırmaları için oldukça fazla bir keşif potansiyeli taşımaktadır diyebiliriz. Bu çalışmanın temel odak noktası da, bu yeni keşif alanı olan dijital platformlar üzerinedir.

Televizyonun icadı, elinde bulundurmuş olduğu güç nedeniyle, kendisinden önceki teknolojik icatları geride bırakarak, kitlelerin eğlence ve iletişim pratiklerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu değişim ve dönüşüm, internet hızının ve teknolojisinin artması ile dijitalleşmenin getirdiği sınırsız olanaklar sayesinde mümkün olmuştur. Teknoloji sayesinde sayısal bir boyuta aktarılan televizyon yayıncılığı, kitlelere daha kaliteli görüntü ve ses sunmakla birlikte, kitlelerin içeriklere ulaşmasını da kolay ve hızlı hale getirmiştir. İletişim ve internet teknolojilerindeki gelişmeler izleyicinin tarihsel süreç içerisindeki kimliğinin şekillenmesinde etkili rol oynamıştır. 1980'lerde küreselleşmenin etkisi ve 1990'ların başında internetin halkın kullanımına açılarak hızla yaygınlaşması, internet ve uydu teknolojilerinin gelişimine katkı sağlamış yayıncılık pratiklerini de değiştirmeye başlamıştır. Böylece medyanın küreselleşmesinin getirilerinden biri olarak medya ürünlerinin daha geniş sınırlar içinde dolaşımı başlamıştır (Uluç, 2008: s.211)

Dijital çağda televizyon çalışmaları, dijital teknolojinin gelişiminin televizyon izlemenin toplumsal pratiğini değiştirip değiştirmediği odağında ilerlemektedir. Televizyon içerikleri artık geleneksel televizyonlar aracılığıyla sadece doğrusal olarak aktarılmamakta, tam tersi farklı platformlarda ve teknik cihazlarda da kullanılabilir. Dijital çağda görsel içerikler, içerisinde barındırdığı mesajları salt televizyon aracılığıyla değil eskisinden daha fazla yolla dağıtabilmekte, çoğu zaman ise izleyiciye daha iyi yollarla ulaşabilmektedir. Bu araçlar günümüzde, dizüstü bilgisayar, tablet, telefon gibi cihazlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Mikos, 2016: s.159) Dijital yayıncılığının gelişmesi ve izleyicileri birçok araçtan içeriklere ulaşabilmesi, araca yönelik mesajların oluşturulması ihtiyacını doğurmuş, hatta izleyicilerin ekran başında geçirdikleri zaman dilimi ve sürelerini de değiştirmiştir. Zaman, mekan ve kullanılan cihazdan bağımsız olarak erişilen dijital platformlar, televizyon yayıncılığının yeni şekli olarak görülebilir.

Artık televizyon misafir odasındaki biricik yerinden, kutsal mekanından çıkmış, izleyicisinin/kullanıcısının her yere kolayca taşıyabildiği, götürebildiği farklı mecralarda kullanabildiği bir araca dönüşmüştür. Bugün çoğumuz istediği an, istediği yerde televizyon izleyebilmektedir. İzlediklerini paylaşabilme, tartışabilme ve özellikle yeni medya sayesinde tekrar tekrar deneyimleyebilmektedir. Televizyon alanında yaşananlar onu kullanma, izleme, paylaşma ve

tüketme biçimlerimizi derinden etkilemiştir. Akşam saatlerinde evde bir arada izleme, paylaşma, yerini artık daha bireysel olarak televizyonu kullanmayı tercih eder hale gelmiştir (Özsoy, 2011: s.125). Aile ve ev ile sınırları çizilmiş geleneksel izleme pratikleri günümüzde artık bireyselleşmiş, dijital platformların sunduğu içerikler karşısında tercih imkanı oldukça fazla olan mobil izleme pratiklerine dönüşmüştür.

Halkın kullanımına Web 1.0 ile açılan internet tek taraflı bir deneyimi temsil etmekten öteye geçememiştir. İçeriği almakla yetinmek zorunda kalan ve bundan dolayı pasif durumda olan birey Web 2.0 ile içeriğe katkı sunabilir hale gelerek aktif (katılımcı) bir konuma yükselmiştir. Etkileşim kavramının doğurduğu süreç zaman içinde yöndeşmenin de gelişmesiyle benzer durumun izleyiciler nezdinde yaşanması sonucunu beraberinde getirmiştir. İnternet, insanların iletişimde bulunabilme mekânlarına bir yenisini eklemiştir (Timisi, 2003: s.147).

İnternetin sunmuş olduğu olanaklar sayesinde alışılmışın dışında bir izleme deneyimi ile karşı karşıya olan izleyici için, istediği yerde ve saatte içeriğe ulaşabilme esnekliği önemlidir. Bu kolay erişim, içerik üretme pratikleri ile televizyon izleme alışkanlıklarını değiştirmektedir. İnternetin sayısal alt yapısı sayesinde, kendisine ilerleme alanı bulan dijital platformlar, orijinal ve seri ürettikleri yapımlar sunarak izleyiciye ekranlara hakim olma imkanı sağlamaktadır. Yeni medya ortamlarına da entegre olan söz konusu platformlar, izleyici ile daha etkileşimli bir ilişki sürdürmektedir. Günümüzün popüler yeni televizyon yayıncılığı anlayışı, geçirdiği dönüşüm sayesinde, izleyicinin daha aktif olduğu ve onlara seçebilme imkanı veren özgür iletişim alanları olarak sosyal hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak tanımlanabilir. Sunulan fırsatlar içeriklere kolay erişim, izleyici odaklı seçenekler (kişisel içerik, başlat-durdur, ileri-geri, tekrar, kayıt gibi...) sansürlü içerik, reklamsız izlemenin yanında, istenilen mekan ve zamanda izleme eyleminin mobil olarak gerçekleşmesi, dijitalleşmeyle birlikte izleyici alışkanlıklarını da dönüştüren gelişmeler arasındadır. Yayıncılık alanındaki bu yeni dijital ekosistem, internet izleyicisine birçok kolaylık ve avantajlar sağlamaktadır (Karaduman & Çetinkaya, 2020: s.960). Dizi, film ve belgesel gibi televizyon içeriklerinin dijital platformlar aracılığıyla uluslararası dolaşıma girmesi, seçenekleri artan izleyiciyi, içerik seçimi konusunda aktif bir konuma yerleştirmiştir. Web teknolojisinin gelişmesi, etkileşim ve yöndeşmenin artması, televizyon yayıncılığının platformlara taşınarak kişiye özel hizmet verir hale gelmesi, izleyicinin dilediği içeriğe dilediği zaman ulaşabilme kolaylığını beraberinde getirmiştir.

İnternet televizyonunun ilişkili olduğu kavramlardan biri de şebekeler üstü hizmetler OTT (over the top) olarak nitelendirilebilecek hizmetlerdir. Bu hizmetler, içeriğin internet üzerinden son kullanıcıya ulaştırıldığı, elektronik haberleşme ve yayıncılık öğelerini de içine alan çeşitli hizmetlerden oluşmaktadır. İnternet üzerinden dinlenebilen radyolar veya farklı müzik içeriklerinden, herhangi bir telekomünikasyon işletmecisinin altyapısına ihtiyaç duymayan ses ve mesaj hizmetlerine, televizyon programlarının isteğe bağlı cihaz üzerinden ve istenilen zamanda izlenebilmesinden farklı video içeriklerine ulaşılmasına kadar çeşitli hizmetler OTT kapsamında yer almaktadır. Kullanıcıların

çevrimiçi cihazlarına taşıyan bir teknoloji olarak son günlerde oldukça sıkça duymaya başladığımız bir kavram olan OTT, Netflix, Now TV, Hulu, WhereverTV, I-Tunes, YouTube ve Amazon gibi dünyadaki en bilinen örneklerini bünyesinde barındırmaktadır (akt. Karaduman, 2017: s.121). İzleyiciye internet üzerinden direkt ulaşan, herhangi bir aracı olmadan verilen medya hizmetleri olarak istediğin zaman, istediğin yerde, istediğin içeriğe kolayca ulaşabilir olma hali, günümüz dijital yayıncılığın en öne çıkan özelliğidir diyebiliriz. Türkiye’den OTT hizmet sağlayıcılara örnekler ise, Blu Tv, Puhu Tv, Exxen ve en son yayın hayatına başlayan Gain verilebilir.

Yeni Nesil İçerik Platformu: Gain

Dijital yayın platformları konusunda günümüzde özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte hızlı bir üretim yaşanmaktadır. Blu TV, Netflix, Mubi gibi platformların ardından Prime Video ve Amazon’un Türkiye pazarına giriş yapmasının yanı sıra Gain ve Exxen gibi yerli üretimler de izleyiciler için alternatifler oluşturmaktadır. Bu çeşitlilik içerisinde Gain, diğerlerinden ayrılan özellikleri ve kendine ait orijinal içerikleri ile bu araştırmanın merak konusu olmuştur. Bireylerin tıpkı gazete ve dergi okuma pratiklerinde olduğu gibi, içerik tüketme alışkanlıkları tablet ve telefonların günlük hayatımızın bir parçası olması ile değişmiştir. Her ortamda, her an kolayca tüketilebilir içerikleri cebinde ve çantasında bulduran tüketicinin varlığı, içerik üreticilerinin yeni nesil tüketim alışkanlıklarına yönelik projeler geliştirmelerini mecbur kılmıştır.

Gain, kişiye özel yayın akışı sunan, inovatif, eğitici, eğlendirici kısa videoların olduğu yeni nesil bir içerik platformu olarak hayata geçirilmiştir. Yerli ve yabancı diziler, kısa filmler, mini belgesel serileri, spor, müzik ve eğlence programlarının yanı sıra günlük haber akışı ve canlı yayınlardan oluşan bir içeriğe sahiptir. Yayın akışını kişiselleştiren ve izleyicinin tercihlerine göre belirleyen Gain, bu özelliği ile diğer dijital platformlardan ayrılmaktadır. İzleyicilerin yalnızca beğendiği içeriklere göre akış sunması dışında, aynı zamanda bireylerin işe gidip gelme, yemeğe çıkma, mola, sıra bekleme, yolculuk etme gibi günlük rutinleri için harcadığı zamanı da ölçerek içeriklerini şekillendirmektedir. Sunmuş olduğu bu özellik ile günün her saatinde ve her ortamda tüketilebilir bir özelliğe sahip olan Gain, izler kitlesinin harcadığı zamanı ölçerek onlara kısa zamanda tüketebilecekleri alternatif içerikler sunmaktadır. Film, dizi, spor, haber, belgesel, program, güncel ve müzik kategorilerinde yayın akışı sağlayan platform, diğer platformlardan farklı olarak özel günlerde veya planlanmış tarihlerde canlı yayınlara da yer vermektedir (www.gain.com.tr).

Betek Grup Yönetim Kurulu Başkanlığı ve Filli Boya’nın sahibi olan Gözde Akpınar tarafından hayata geçirilen Gain, yaklaşık 3 ay ücretsiz hizmet verdikten sonra, 6 Nisan 2021 tarihinden sonra bazı içeriklere erişim için ücretli olarak hizmet vermeye başlamıştır. 10 Bin Adım, Terapist, Vedat Milor ile En İyi, İlber Ortaylı ile Zaman Makinesi, Mirgün Cabas ve Duygu Demirdağ ile canlı yapılan gündem değerlendirmeleri gibi içeriklere ücretsiz ulaşımın günümüzde mümkün olduğu platform, ilk üç ay sadece mobil uygulamalarda kullanıma sunulmuş, Mart 2021’den itibaren ise akıllı televizyonlarda da kullanılabilir hale gelmiştir (www.gain.com.tr). Yayın hayatına başladığı günden

itibaren hedef kitle sınırlaması hedeflemediklerini, kullanım kolaylığı ile her yaştan bireye kullanım alışkanlığı kazandırmaya ve içeriklerin kısalığına dikkat çeken platformda, başlangıçta çocuk kategorisi bulunmamaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Gerek reklam kampanyaları ile gerekse ‘yeni nesil içerik platformu’ mottosu ile, herkese, her ortamda ve her zaman kısa kısa içerik sunmayı hedeflediklerini ifade eden Gain dijital platformu izleyici/kullanıcı izleme ve kullanım pratiklerinin neler olduğuna ilişkin bir durum saptaması yapmak çalışmanın temel amacıdır. Bu kapsamda diğer dijital platformlardan ayrılan özellikleri dolayısıyla 2021 yılı itibarıyla yeni bir alternatif olarak yayın hayatına başlayan Gain izlerkitesinin izleme ve kullanım pratiklerine ilişkin veri toplayarak, izleyici profili hakkında bilgi edinmek, kullanım motivasyonlarını saptamak, izleme tercih nedenlerini tespit etmek araştırmanın amaçları arasındadır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada yeni nesil içerik platformu olarak 2021 yılı başında yayın hayatına başlayan ve izleyicilerin kullanımına açılan ‘Gain’ dijital platformu ve izleyicisi/kullanıcısı arasındaki izleme ve kullanım pratiklerini ortaya koymak amacıyla nitel bir araştırma yapılmış, temel nitel veri toplama tekniklerinden biri olan *derinlemesine görüşme* tekniği kullanılmıştır.

Briggs (1986), görüşmenin, sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda kullanılan en yaygın veri toplama yöntemi olduğunu savunmakta ve bu durumun, görüşme yöntemini; bireylerin deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikayetlerine, duygularına ve inançlarına ilişkin bilgi elde etmede oldukça etkili bir yöntem olmasından kaynaklandığını belirtmektedir (akt. Yıldırım & Şimşek, 2000: s.92). Derinlemesine görüşme tekniğinde araştırmacı, araştırmakta olduğu konu hakkında önceden hazırlamış olduğu soruların klavuzluğunda ya da o anda amaçlı sorular yönelterek hedef kişinin düşüncelerini ve duygularını sistematik olarak ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın amacı, hedef kişiye araştırma konusuyla ilgili sorular yönelterek kişinin öznel düşünce ve duygularını sistemli olarak öğrenmek, anlamak ve tanımlamaktır (Türnüklü, 2000: s.544). Buna göre çalışmada, katılımcıların platformun kullanımı ve içeriğine yönelik yarı yapılandırılmış sorular hazırlanmış ve veriler derinlemesine görüşme tekniği ile toplanmıştır.

Örnekleme, belli bir evrenden, belli bir büyüklükte ve yansızlık kuralına göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil yeterliği kabul edilen küçük kümedir (Karasar, 2022: s.148). Araştırmada örneklem seçimi amaca dayalı olarak gerçekleştirilmiş ve veri doygunluğu sağladığı düşünülen Gain izleyicisi 10 görüşmeciye, izleme ve kullanım pratiklerine ilişkin yarı yapılandırılmış sorular sorulmuştur.

Patton’a göre (1990) bazen örneklem amaçlı bir biçimde seçilmiş bir (n=1) kişi de olabilir. Bu tür durumlarda elde edilen sonuçların evrene genellenmesi gibi bir durum söz konusu olmadığı için,

örneklem seçiminde istatistiksel temsil edilebilirlik yerine örneklemin daha bütünsel, derinlemesine ve bağlamında anlaşılmasına ilişkin yönelim söz konusudur. Lincoln ve Guba (1985), nitel çalışmalarda örneklem seçiminde olabildiğince en geniş miktarda bilgi sağlayacak kişilerin seçimine yöneldiğini belirtmişlerdir. Bu nedenle örneklemin sayısı yani büyüklüğü ya da küçüklüğü yerine, örneklemin araştırmacının gereksinim duyduğu bilgi miktarını karşılayıp karşılamadığıyla ilgilenilmektedir. Bu nedenle de örneklem seçimi temsil edilebilirlik yerine, amaca dayalı gerçekleştirilmektedir. Konu biraz daha açılırsa sınırlı sayıda kişi ile bütünsel ve derinlemesine çalışılarak elde edilen sonuçlar yine benzer ya da aynı özellikler gösteren kişileri anlamada kullanılmaktadır (akt.Türnüklü,2000: s.548). Derinlemesine görüşmelerde örneklem boyutunun belirlenmesinde genel kural, görüşmelerden elde edilen hikayelerin, konuların, başlıkların, sorunların benzer oluncaya kadar görüşmelerin devam ettirilmesi şeklinde olmaktadır (Boyce & Neale'den akt: Akarçay Ulutaş, 2018: s.329)

Araştırma sürecinde yarı yapılandırılmış açık uçlu görüşmelerin ses kayıtları alınmış ve bu kayıtlar yazıya dökülmüştür. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sunduğu en önemli kolaylık görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme protokolüne bağlı olarak sürdürülmesi nedeniyle daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2000: s.96). Görüşmecinin soru soruş biçemi görüşme yapılan kişiyi doğrudan etkilemesi nedeniyle araştırmaya dahil edilen her kişiye aynı soru, aynı sırayla, aynı sözcüklerle ve aynı biçimle sorulmuştur. Çalışmada görüşmeye dahil edilen katılımcıları, Gain'i neredeyse yayın hayatına başladığı ilk günden bu yana takip eden kişilerden seçmeye özen gösterilmiştir. Bireysel yapılan görüşmelere katılan katılımcılar, farklı meslek ve yaş gruplarından oluşmaktadır. Meslek ve yaş bilgileri şöyledir: Doktora öğrencisi/35 yaş, Özel sektör Halkla İlişkiler Görevlisi/28 yaş, Doktora öğrencisi/28 yaş, Çevre Mühendisi/36 yaş, Öğretim Görevlisi/ 34 yaş, Müzisyen/32 yaş, Avukat/33 yaş, Çevre Mühendisi/36 yaş, Makine mühendisi/31 yaş ve Uzman Doktor/34 yaş. Görüşmede katılımcılar K1, K2, K3, K4...şeklinde kodlanarak belirtilmiştir. Araştırmada yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler toplanmış ve elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir.

Betimsel analiz yöntemi, çerçeve oluşturma, verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması olmak üzere dört aşamadan oluşmaktadır. İlk olarak araştırma sorularından araştırmanın kavramsal çerçevesinden ya da görüşmede yer alan boyutlardan yola çıkılarak veri analizi için bir çerçeve oluşturulmakta ve bu çerçeveye göre veriler temalar doğrultusunda organize edilmektedir. Buna göre veriler seçilerek anlamlı ve mantıklı bir şekilde bir araya getirilmektedir. Sonrasında, organize edilen veriler tanımlanmakta ve doğrudan alıntılarla desteklenmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2000: s.159).

Betimsel analiz yöntemine göre, elde edilen veriler daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre organize edileceği gibi,

görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir (Yıldırım & Şimşek, 2000: s.158).

Görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular sorulan sorulara göre düzenlenmiştir. Araştırmanın örneklem grubu olarak görüşmelere katılan katılımcılar, Gain içerik tüketicileri olarak toplam 14 soruya yanıt vermiştir. Sorular izleyicilerin dijital platform hakkındaki bilgi düzeylerini, izleme ve kullanım pratiklerini ve yine yayınlanan içerikler hakkındaki düşünce ve yaklaşımlarını tespit etmek amacıyla yönelik olarak hazırlanmıştır. Görüşmeler ortalama 30-40 dakika sürmüştür. Çalışmada görüşme sonucunda elde edilen bulgular, araştırma sorularının ortaya koyduğu temalar çerçevesinde özetlenerek, betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırma sorunsalı çerçevesinde oluşturulan temalar şu şekildedir:

- 1-) Gain izleyicisinin dijital platform hakkındaki bilgisi
- 2-) Gain izleyicisinin izleme ve kullanım pratikleri
- 3-) Gain izleyicisinin dijital platform içeriklerine yaklaşımı

BULGULAR

Gain İzleyicisinin Dijital Platform Hakkındaki Bilgisi Temasının Analizi

Katılımcılara ilk olarak Gain'den nasıl haberdar oldukları sorulmuştur. Sorunun yöneltilmesinin nedeni, Gain'in uygulamış olduğu reklam kampanyaları ve ünlü isimlerle yaptıkları anlaşmaların dikkat çekiciliğidir. İzleyicilerden 8'i arkadaşları vasıtasıyla tanıştıklarını belirtirken, yalnız bir izleyici şarkıcı Gaye Su Akyol'un reklam film müziğinin kullanıldığı reklam ile tanıdığını, 1 kişi ise afişler vasıtasıyla haberdar olduğunu ifade etmiştir. Verilen cevaplar doğrultusunda izleyicilerin platformdan çoğunlukla öneri vasıtasıyla haberdar oldukları bulgusu bize, izleyiciler arası etkileşimin izleme pratiklerinde etkili olduğunu göstermektedir.

K8: Gaye Su Akyol sayesinde aslında. Sosyal medyada takip ettiğim entelektüel insanların neredeyse tamamı Gain'e içerik üreten ya da destek veren insanlar olduğu için dikkatimi çekti. Mirgün Cabas, İlber Ortaylı gibi isimler takip ettiğim ve paylaşımlarını önemseydiğim kişiler.

K: Arkadaşlar vasıtasıyla/dolayısıyla .(diğer 8 katılımcı)

K6: İlk olarak afişlerini görmüştüm.

30 Aralık 2020 tarihinde kurulan platformu ne zamandan beri kullandıklarını sorduğumuzda, görüşmeye katılan bireylerin, 3-6 ay arasında platformu kullandıkları tespit edilmiştir. 10 kişi ile yapılan derinlemesine mülakatlarda, 7 kişi 6 aydır kullandığını ifade ederken, 2 kişi 3 aydır, 1 kişi ise 5 aydır kullandığını dile getirmiştir. 2 katılımcı platformu Mayıs ayı içerisinde ücretli tarifeye geçmesi ile sildiğini ifade etmiştir. Dijital platformların ücretli olması izleyiciler tarafından önemli bir kriter olduğu ve ücretli tarife uygulamasının izleme sürekliliğinde etkili olduğu verilen cevaplardan anlaşılabilmektedir.

2021 yılı Haziran ayı içerisinde yapılan görüşmelerde, platform hakkındaki bilgilerini öğrenmek amacıyla Gain'i neden tercih ettiklerine yönelik soru yöneltilmiştir.

K1: Tercih etme sebepim hem içeriklerin farklı ve kaliteli olması hem de program sürelerinin çok kısa olması.

K3: İçeriklerin süresi oldukça kısa, gün içinde birçok iş yapan bir insan olduğum için süresi kısa olan şeyleri izlemeyi tercih ediyorum. Hem de bazen televizyon ya da bilgisayardan bir şeyler açmaya çok üşeniyorum. Telefondan tek bir uygulamayla hemen açıp izleyebiliyorum Gain'i.

K4: Diğer platformlardan çok sıkılmışız, içerikler çok iyi ve özgün geldi.

K5: Alışılmışın dışında, farklı tarzda içerikler sunduğu için tercih ediyorum.

K7: Kısa film izlemeyi zaten çok severdim, içeriklerin kısa olması beni çekti.

İzleyicinin içeriğe farklı kanallardan ulaşabildiği günümüz dijital yayıncılık anlayışında, katılımcıların ortak görüşünün, platforma olumlu bir tutum içerisinde olduğudur. İzleyiciler izleme nedenlerini kendi toplumsal ve kültürel aidiyetlerine göre açıklamıştır. Verilen cevaplardan anlaşılmıştır ki; kişisel deneyimler, toplumsal ve kültürel aralanlar izleme pratiklerindeki seçimleri ve tercihleri etkilemektedir. Gain'in diğer dijital platformlardan ayrılan özelliklerinin (kısa süreli içerikler, farklı formatlar, telefonda kolay erişim vb.) katılımcılar için ilgi çeken ve merak motivasyonu uyandıran sebeplerdendir. Platformun, "kişinin tercihlerini tanıyan platform" olma iddiası, farklı tarzlarda ve türlerde içerik üretimlerini seçenек olarak sunması dolayısıyla, izleyiciyi ekran başında tutmakta ve kişisel tercihlere göre yayıncılık anlayışı izleyiciyi yakalamış olduğu görülmektedir. Bu tercih mekanizmasının, katılımcılarda karşılığı olduğu şeklinde yorumlanabilir.

K1: Çok aktif kullanmadığım için premium üye olmadım. Ücret tarifeleri hakkında bir bilgim yok. Ama zamanım olup aktif kullansam üye olurum.

K5: Şu anda birçok IP TV üyeliğim bulunduğu için, henüz Premium üye olmayı düşünmedim. Ücret tarifesi uygun aslında, öğrenci üyeliğine sahip olması da cazip kılıyor.

K8: Aslında ücretli olunca biraz soğudum. Tüm takip ettiğim içerikler Premium üyelik isteyince biraz uzaklaştım. Bu nedenle uygulamayı kaldırdım.

Ayrıca katılımcılara ücret tarifesi hakkında yöneltilen soruda, hiçbir kullanıcının platform için ücret ödemediği görülmüştür. Platformun ücret tarifeleri hakkında eleştirel bir tavır içinde olan 8 kullanıcının, kısa içerikler için ücret ödemek istemediği, eğlenmek, vakit geçirmek için ücretsiz içeriklerin de yeterli olduğu ve hatta ücret tarifesi nedeniyle platforma karşı olumsuz bir yaklaşımaları oldukları ortaya çıkmıştır. Sadece 2 katılımcı ücret tarifeleri konusunda makul fiyatlandırmaların devam etmesi halinde, içeriklere ulaşmak için para ödeyebilecekleri yanıtını vermiştir.

Gain İzleyicisinin İzleme Ve Kullanım Pratikleri Temasının Analizi

Görüşmelerde kullanıcılara, en çok izledikleri içerik türleri ve hangi içerikleri takip ettikleri sorulmuştur. Platformun, güncel, dizi, program, müzik, haber, film, belgesel ve spor türlerinde birçok içerik kategorisi mevcuttur. Verilen yanıtlarda, izleyicilerin temel olarak, eğlenmek, bilgi edinmek, haberdar olmak ve vakit geçirmek amacıyla içerikleri takip ettikleri saptanmıştır. Katılımcıların kendi kültürel ardaşanlarına göre platformun içerik seçenekleri arasında seçim yaptıkları saptanmıştır. Ayrıca tür ve içerik tercihlerinde, kişisel deneyimlerin etkili olduğu da söylenebilir. Görüşmeye katılan platform kullanıcılarının içerik türlerine karşı ortalama beğeni düzeyi birbirine yakındır.

K1: Dizi-Gezi programları- Çalışma molalarında kısa süreli bir dizi izlemek keyifli oluyor. Görmediğim yerleri keşfediyormuş hissi verdiği için gezi programlarını seviyorum. İnsan hikayeleri- Gerçek hikayeler olması. En çok 'Bir Şifa Bağımlısının İtirafları' nı beğeniyorum. Haber- Kısa sürede gündemde ne var ne yok öğrenmek istiyorsam bakıyorum. Başka kaynaklardan haberleri takip ettiğim için aktif kullanmıyorum.

K2: Yabancı film ve dizileri takip ediyordum, İngilizcemi geliştirmek için.

K3: Ben genelde kısa filmleri ve programları izliyorum. 'Evde Yap' diye bir program var, içeriğini faydalı buluyorum. Kısa filmlere de internette ulaşmak, araştırmak uzun sürüyor, Gain'deki seçkiyi beğeniyorum.

K4: Belgesel ve dizileri beğeniyorum. Özellikle Terapist, 10 Bin Adım, Teleskobuna Yansıyanlar...

K5: Genellikle haber ve belgesel kategorisini takip ediyorum, gündemden haberdar olmak ilgimi çekiyor.

K6: İstanbul Meselesi (çok faydalı ve keyifli buldum), Ayak İşleri (oyuncularını çok severim), Terapist (psikoloji alanı ilgimi çekiyor ve oyuncu kadrosu oldukça iyi), Özelden Yürüyenler (hiç beğenmedim, ekrandan yazışmaları takip etmek çok yorucu, yarıda bıraktım)

K7: Dizilerin tamamını izledim. Programları takip etmeye çalışıyorum. Belgesellerden en sevdiğim MFÖ. Dizilerden de '10 bin adım' favorim.

K8: En çok dizi izliyordum. Engin Günaydın gibi oyuncular sevdiğim oyuncular

Dijital platformlara erişim günümüzde artık sadece akıllı televizyonlar aracılığıyla değil, akıllı cep telefonlarından da ulaşılabilir teknolojiye sahiptir. Gain'i diğer platformlardan ayıran en önemli özellik, yayın hayatına önce akıllı cep telefonları aracılığıyla başlamasıdır. Yaklaşık 5 ay boyunca sadece telefon uygulamasından erişebilen platform kullanıcıları ile yapılan görüşmelerde, 10 katılımcıdan 9'unun içerikleri telefonda izlediği tespit edilmiştir. Gain'in reklamlarında da çoğunlukla reklam oyuncularının telefonda erişim sağladığı görülmektedir. Stratejik olarak da, izleyiciye 'ayaküstü' içerikler sunmayı hedefleyen platforma akıllı cep telefonları aracılığıyla erişen

katılımcıların, bu teknolojik açılıma uyumlanarak bir izleme pratiği gerçekleştirdiği görülmektedir. Sadece 1 katılımcı, internete bağlı bir akıllı televizyondan içeriklere ulaştığını, yatay ve büyük ekranda daha iyi hissettiğini ifade etmiştir. Akıllı cep telefonu ile erişimin sağlanması katılımcıların platformdaki içerikleri izleme alışkanlıklarını, ulaştıkları saatleri ve yerleri de etkilemektedir. Geleneksel televizyon izleyicisinin aksine Gain, akşam saatlerinde, yemekte ya da yemekten sonra ailece tüketilen ya da alışlagelmiş bir şekilde uzun süren tüketim alışkanlıklarından ziyade, ‘kısa sürede, tek başına ve herhangi bir mekanda tüketilebilme vaadi’ sunmaktadır.

Yapılan görüşmelerde, içeriklere hangi saatlerde, nerede ve nasıl ulaşım sağladıkları sorusu yöneltilmiştir. Kalabalık ve kolektif izleme alışkanlıklarının yerini bireyselleşmeye bıraktığı günümüzde, Gain’in ne zaman ve nasıl kullanıldığını ortaya koymak amacıyla yöneltilen soruya verilen cevapların ortak özelliği ‘akşam’ kelimesi olmuştur. Evinde çalışmak zorunda olan ya da izleme eylemini evinde yapmayı tercih eden katılımcıların tamamı, Gain’i evlerinde, mutfaklarında, ders/iş molalarında ya da uyumadan hemen önceki zaman diliminde kullanmaktadır. Bu durum değişen ve dönüşen izleme pratiklerinin de bir göstergesidir diyebiliriz. 2 katılımcı, evde eşi ile Gain’i takip ederken, 8 katılımcı Gain’i bireysel kullandığını ifade etmiştir.

K1: Akşam saatlerinde, evde ders çalışma molalarında yalnız izliyorum.

K2: 19-20.00 saatleri arasında ev müsait olduğum zaman dilimi oluyor genelde, dinlenirken bir yandan yalnız Gain’den bir şeyler izliyorum.

K3: Öğle aramda ve çoğunlukla akşamüstleri, kahve molası verdiğimde, yalnız kullanıyorum.

K4: Uyumadan hemen önce kitap okuyamayacak kadar yorgunsam Gain açıyorum.

K5: Yalnızken, genellikle evde boş olduğum zaman, akşam saatlerinde izliyorum.

K6: Akşamüstü saatlerinde, evimizde, eşimle izliyoruz.

K7: Hafta sonları, yemek yaparken yalnız izliyorum. Programına göre değişiyor aslında, kimisi dikkat gerektirdiği için evde olmam ve hiçbir şeyle ilgilenmemem gerekiyor izlerken. Eşim ve arkadaşlarımla izlemek istiyorum ama verimli olmuyor.

K8: Akşamları izleyebiliyoruz eşimle.

Gain İzleyicisinin Dijital Platform İçeriklerine Yaklaşımı Temasının Analizi

Gain, kullanım pratikleri konusunda olduğu kadar, reklam içerikleri ile de oldukça ilgi çekici bir kampanya yürütmüştür. İçerikler hakkında herhangi bir bilginin olmadığı reklam filmleri, kullanım özellikleri, kullanım ortamları, genç hedef kitleye hitap etmesi ve hiç tanınmayan oyunculara reklam filmlerinde yer vermesi ile kitlelere ulaşmaya çalışmıştır. İçeriklerinin ne olduğu konusunda merak duygusu uyandıran platform reklamlarının, mülakata katılan 5 katılımcının ilgisini çektiği görülmektedir. Verilen cevaplardan izleyicinin ilgi ve dikkatini çekme konusunda yürütülen reklam ve tanıtım kampanyalarının başarılı olduğu söylenebilir.

K3: Hedef kitlesine reklamla ulaşabilirdi ancak, bunu da çok iyi yürüttü bence.

K4: Uzun süre reklamın neyi tanıttığını anlayamadım ama enteresan buldum ve merak edip internetten araştırınca ne kadar güzel bir platform olduğunu farkettim.

K5: Diğer dijital platformların aksine, Gain'in ne olduğuna dair çok reklamına rastladım ve alışılmışın dışında olduğu için dikkatimi çekti.

K7: Gaye Su Akyol'un olduğu reklam çok dikkatimi çekmişti.

K8: Reklamları sayesinde üye oldum diyebilirim.

Günümüzün sosyal medya kullanım alışkanlıkları, hızlı tüketilen içerikler ve akıllı telefonların ergonomisi birçok dijital yeniliği beraberinde getirmiştir. Öncelikle dik ekranlara uygun sabit ve hareketli görüntü içeriklerinin Snapchat'teki yayınlar ve Instagram uygulamasının hikayeleri uygulamaya koyması ile kullanıcılar cihazlarını daha dikey olarak kullanmaya başlamıştır. Sosyal ağların mobil odaklı platformlardan oluşması böylelikle kullanıcı alışkanlıklarını da dönüştürmekte ve dikey içerikler de daha çok tercih edilmeye başlamıştır. İzleyicilerine, daha geniş görüş açısı sağladığı için sadece yatay perspektifte içerik sunmayan Gain, akıllı telefon uygulaması olarak başlaması dolayısıyla, gündem ve haber kategorilerinde dikey tasarımları bir yenilik olarak sunarak yayın hayatına dahil etmiştir. Daha çabuk ve kolay şekilde ulaşılan bu yeni düzlemin, katılımcılarda nasıl etkiler yarattığını tespit etmek adına yöneltilen soruya cevaplar şöyledir:

K1: Telefondan izlediğim için dikey olan içerikleri daha kolay izliyorum.

K2: Yatay içerikleri tercih ederim açıkçası, dikey içerikler dikkatimi dağıtıyor.

K3: Sinemadan dolayı yatay düzleme alışığım. Dikey düzlem kullanışlı olsa da, telefondan bile olsa yatay tercih ederim. Dikey içerikler aynı tadı vermiyor.

K5: Yatay izlemeyi tercih ederim.

K6: Televizyondan izlediğim için yatay izliyorum.

K7: Hiç farketmez ama Teleskobuma Yansıyanlar programını yatay yapsalar izleyemem gibi geliyor, onu dikey izlemeye alıştım çünkü.

K8: Hiç dikey içeriğe denk gelmedi ama şu an merak ettim. Alışkanlıklarımız nedeniyle hep yatay izliyorum.

K9: Dikey içerikleri daha çok seviyorum.

K10: Çoğunlukla yatay.

Verilen yanıtlarda, kullanıcılardan sadece bir tanesi dikey içerikleri tercih ettiğini ifade ederken, 9 kullanıcı yatay içerikleri izlemenin daha rahat olduğunu belirtmektedir. Sayıca yatay içeriklere oranla daha az kullanılan bu düzlem, günümüz sosyal medya alışkanlıklarının, izleme alışkanlıklarına yansımaları ya da entegrasyonu olarak düşünülebilir. Akıllı telefonların yapıları gereği dikey görüş

açısı sağlama fikrivle kullanıcıların pratik kullanımına yönelik hazırlanan dikey içerik yeniliğine, Gain izleyici örneklem grubundan beklenen karşılık gelmediği saptanmıştır. Televizyon ve sinema izleme pratiklerinden tanıdığımız ve bildiğimiz yatay ekran izleme alışkanlığının bu örneklem grubu bulgularına göre halen devam ettiği, bir yenilik ve farklılık olarak platform tarafından sunulan dikey ekrandan izleme seçeneğinin henüz içselleştirilmediği önemli bir bulgudur. Bu bulguya göre, izleyicinin televizyondan alışkın olduğu yatay izleme boyutunu bilişsel olarak devam ettirdiği, bu nedenle de ekran boyutuyla ilgili izleme alışkanlıklarının değişiminin zaman alacağını söyleyebiliriz.

Platformun en dikkat çeken özelliği, içeriklerin kısalığıdır. Araştırmada bu soruya verilen yanıtlar, dijital platformların geleneksel televizyon içeriklerinin aksine daha kısa içeriklere ihtiyacı olup olmadığını ve katılımcıların platformun süre politikasına karşı nasıl tavrı aldığını ortaya koyabilmek adına değerlidir. Kısa içeriklerin pratikliği, kaliteyi arttırdığı, gündelik yaşamda hızın, sürekli bir şeylere yetiştirme zorunluluğu getirdiği dolayısıyla zamanı iyi kullanma gerekliliği, kısalığın ideal süreler olarak görülmesi, ayaküstü içerikler kavramının yerleşmesi, zamanı verimli geçirme adına platformun ana konsepti olan kısa ve kaliteli içerik çerçevesine izleyici yorumları olarak olumlu geri bildirim gelmiştir.

K1: Aktif olmasa da kullanma sebepim içeriklerinin kısa olması. Özellikle yoğun çalışan ya da zamanını sadece bir programa harcamak istemeyenler için kısa içeriklerin olması mükemmel. Bu durum birçok farklı içeriğe göz gezdirebilmenizi sağlamanın yanı sıra zamanınızı daha kaliteli geçirebilmenize de olanak sağlıyor. Bütün bir günü ya da akşamı bir şeyler izleyerek geçirmek yerine daha kaliteli bir biçimde zamanı kullanabiliyorsunuz. İzleyici açısından durum böyleyken sektör açısından da sevindirici olan şey kısa içeriklerin de izlenebildiğinin anlaşılması olacak. Böylece sektör çalışanları da daha az sömürülecektir umarım diye düşünüyorum. Benim için tamamen içeriklerin süresinin kısa olması belirleyici bir etken. Sürenin kısa olması içeriğin kalitesini de artırıyor bence.

K3: Süresi dediğim gibi artık hız çağındayız. Her şeye koşturduğumuz, birçok şeyi aynı anda yapmaya çalıştığımız karmaşık bir süreçteyiz zaten. Bir şeyleri izlemek, dinlemek hatta karşımızdaki insanı bile dinlerken bazen hızlı konuşsun istiyorum çünkü zamanımız yok. Gain 'de bu hız, bu çağın insanına bence ayak uyduruyor. Ama kalıcı olması ya da yaygınlığı konusunda şüpheliyim. İnsanlar çok içerik tüketmekten de yoruldu açıkçası. Bir şeyler deniyor sonra söniüp gidiyor...

K5: Devir hız devri, insanlar artık bir şeyleri okumak yerine izlemeyi tercih ediyor. Ne kadar çabuk bilgiye ulaşırsam o kadar iyidir diye düşünüyorum. Çağa ayak uydurmak denilebilir aslında.

K6: Kısa içerikler bence daha rahat ve uzun süre ekran bağımlılığını engelleyen, iyi vakit geçirmek için ideal süreler.

K7: Bazı içerikler o kadar kaliteli ve sürükleyici ki, uzun bile olsa izlerim gibime geliyor. Ama kısa zamanda hemen ayaküstü izleyip bitirmek hoşuma gidiyor bir yandan da.

K8: Süreleri beni ilgilendirmiyor açıkçası. Uzun bile olsa durdurup devam edebilirim sonuçta. Süre benim için sınırlandırıcı değil.

K9: Kesinlikle belirleyici. Kısa olanları izliyorum zaten ama Gain'de çoğu içerikler benim için ideal sürede. Dolayısıyla bu yönünden dolayı çok memnunum. Uzun zamanda basit ve yorucu içerikler izlemek yerine kısa zamanda kaliteli içerikleri izleyerek daha verimli geçiriyorum kendime ayırdığım zamanı.

Platformun, tanıtımlarında vurgulanan 'kısa ve öz' vurgusu, buna yönelik yapılan reklam kampanyaları, izleyiciyi platforma üye olmaya ikna eden en önemli nedendir. Görüşmeye katılan kişilere, kısa içeriklere karşı ne düşündükleri, kaliteli ve başarılı olup olmadığı, keyif alıp almadıkları gibi sorular yöneltilmiştir. İçerik kalitesinin izleme pratiklerini etkilemesi, görsel iletişim araçlarında oldukça önemlidir. Bu doğrultuda değerlendirildiğinde, katılımcıların içeriklerin kısa olmasına rağmen içerikleri kaliteli bulduğu öncelikli olarak dikkat çeken konulardan biridir. Kalite nedeniyle takip etmeye devam eden izleyicilerin 8'i, içeriklerin süreleri konusunda olumlu görüş bildirmiştir. Olumsuz görüş bildiren 2 katılımcının görüşleri ise şöyledir:

K2: Bence gereksiz. Aynı içeriği zaten Youtube ve Instagram yapıyor. Birçok insanın aktif olarak içerik ürettiği bu ortamların aksine yeni bir platformda yapmak, izleyicileri sürekli bölüyor. Bundan dolayı başarılı içeriklerin de çok görünmediğini düşünüyorum.

K8: Süreleri beni ilgilendirmiyor açıkçası. Uzun bile olsa durdurup devam edebilirim sonuçta. Süre benim için sınırlandırıcı değil.

Görüşmelerde farklı yaş ve meslek gruplarından olan katılımcıların, yaş ve meslekleriyle ilgili herhangi spesifik bir yorum yapmadığı tespit edilmiştir. Görüşmeye katılan kullanıcıların büyük çoğunluğunun Gain içeriklerini, kısa ve kaliteli olması nedeniyle tercih ettiklerini söylemek mümkündür. Dijitalleşmenin sağlamış olduğu olanaklar sayesinde, içeriklere hızlı ve anında erişim sağlayabilmek, kolay ve çabuk tüketebilmek, yeni izleme pratiklerinde etkili olan etmenlerin başında gelmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bilgisayar, telefon, tablet, akıllı televizyonlar (Smart TV), mobil cihazlar üzerinden internet bağlantısı ile içeriklere kolayca ulaşabilme, dizi, film, program bölüm tekrarları, değişen içerik formatları, kısa ve kolay tüketebilir olma ve mobilizasyona uygun yayıncılık anlayışı, ardarda izleme (binge watching) gibi yenilikler, televizyon yayıncılığının teknolojik gelişmelerin olanaklarıyla birlikte dijital platformlarda yeni bir formata dönüşerek, izleme pratiklerinde ve izleme davranışlarında değişimler yaratmaktadır.

Teknoloji ile değişen izleme alışkanlıkları, izleyicilerin içeriklere erişimini de etkilemiş, içerik kalitesini arttırmış, buna paralel olarak da dijital platform içeriklerini, buna uygun tasarlanan içerik formatları olarak dönüştürmüştür. Dijital platformların hızla yayıldığı ve geliştiği günümüzde, farklı bir yayıncılık anlayışı ile yayın hayatına başlayan Gain, kısa içerikleri ve dikey ekrana uyumlu ekrana sahip olması gibi ayırt edici özellikleriyle Türkiye'deki diğer OTT medya hizmet sağlayıcılar arasında yerini almıştır.

Gain izleyicilerinin/kullanıcılarının izleme ve kullanım pratiklerini ortaya koymaya yönelik nitel bir araştırmanın yapıldığı bu çalışmada veriler, 10 aktif kullanıcı ile yapılan derinlemesine görüşme yöntemi ile elde edilmiştir. Görüşmede elde edilen verilere göre yapılan betimsel analiz sonucu; izleyiciler tavsiye ve merak üzerine platform ile tanışmışlardır. Diğer dijital platformlardan ayrılan özelliklerinin (kısa süreli içerikler, farklı formatlar, telefonda kolay erişim vb.) katılımcılar için ilgi çeken ve merak motivasyonu uyandıran tercih sebeplerinin başında gelmektedir. Verilen yanıtlarda, izleyicilerin temel olarak, eğlenmek, bilgi edinmek, haberdar olmak ve vakit geçirmek amacıyla içerikleri takip ettikleri saptanmıştır. Görüşmeler sonucunda katılımcıların izleme ve kullanma pratiklerinde kendi kültürel ardaşlarının, kendi tercih ve beğeni kriterlerinin etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca tür ve içerik tercihlerinde, kendi kişisel deneyimlerinin etkili olduğu da söylenebilir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının bireylerin toplum içerisindeki rollerinin, yaşadıkları ortamların seçme eğilimlerini şekillendirdiğini ifade ettiği gibi, çalışmada izleyicilerin kendi gereksinimlerine en iyi doyumları sağlayacak programları özgürce seçtiği bulgulanmıştır. Kişiselleştirilmiş deneyimler sunma gibi yenilikçi yaklaşımların son dönem dijital yayıncılıkta öne çıktığı söylenebilir.

Gain'i diğer platformlardan ayıran en önemli özellik, yayın hayatına önce akıllı cep telefonları aracılığıyla başlamasıdır. Görüşmelerden elde edilen verilere göre, 10 katılımcının 9'u Gain içeriklerini cep telefonundan izlemektedir. Bu izleme deneyimi izleyici için farklı ve yeni bir deneyimdir. Bu nedenle ilgi ve merak konusu olmuştur. İzleyiciye 'ayaküstü' içerikler sunmayı hedefleyen platforma akıllı cep telefonlarından erişen katılımcıların, bu teknolojik açılıma uyumlanarak bir izleme pratiği gerçekleştirdiği görülmektedir. Çalışmada, akıllı telefonların yapıları gereği dikey görüş açısı sağlama fikriyle kullanıcıların pratik kullanımına yönelik hazırlanan dikey içerik yeniliğine ise, Gain izleyici örneklem grubundan 1 katılımcı dışında beklenen karşılığın

gelmediği saptanmıştır. Televizyon ve sinema izleme pratiklerinden tanıdığımız ve bildiğimiz yatay ekran izleme alışkanlığının bu örneklem grubu bulgularına göre halen devam ettiği, bir yenilik ve farklılık olarak platform tarafından sunulan dikey ekrandan izleme seçeneğinin henüz içselleştirilmediği önemli bir bulgudur. Bireyler, içerikleri, televizyon kültürünün etkisi altında hala yatay izlemeyi tercih etmekte ve dik format ile sunulan içeriklere karşı daha mesafeli durmaktadır.

Platformun en dikkat çeken özelliği, içeriklerin kısalığıdır. Diğer dijital platformların aksine izleyicisine sunmuş olduğu bu deneyim, platformun başlıca tercih edilme sebebidir. Kısa içeriklerin pratikliği, kaliteyi arttırdığı, gündelik yaşamda hızın, zamanı iyi kullanma gerekliliğini doğurması, kısalığın ideal süreler olarak görülmesi, ayaküstü içerikler kavramının yerleşmesi, zamanı verimli geçirme adına platformun ana konsepti olan kısa ve kaliteli içerik çerçevesinde, kullanıcıların tamamı içeriklerin kısalığını olumlu görmektedir.

Kalabalık ve kolektif izleme alışkanlıklarının yerini bireyselleşmeye bıraktığı günümüzde, 2021 yılının başında yayın hayatına başlayan Gain'in ne zaman ve nasıl kullanıldığını ortaya koymak amacıyla yöneltilen soruya verilen cevapların ortak özelliği 'akşam' kelimesi olmuştur. Farklı meslek gruplarından evinde çalışmak zorunda olan ya da izleme eylemini evinde yapmayı tercih eden katılımcıların tamamı, Gain'i evlerinde, mutfaklarında, ders/iş molalarında ya da uyumadan hemen önceki zaman diliminde kullanmaktadır. Akşam saatlerinde yapılan izlemeler, izleyiciler için serbest zaman faaliyeti olarak kullanılmaktadır.

Son olarak, dijital platformların ücretli olması izleyiciler tarafından önemli bir kriter olduğu ve ücretli tarife uygulamasının izleme sürekliliğinde etkili olduğu verilen cevaplardan anlaşılabilmektedir. Katılımcıların kısa içerikler için ücret ödemek istemediği, eğlenmek, vakit geçirmek için ücretsiz içeriklerin de yeterli olduğu ve hatta ücret tarifesi nedeniyle platforma karşı olumsuz bir yaklaşımaları oldukları ortaya çıkmıştır

Bu çalışma bize göstermiştir ki, araştırmaya katılan Gain kullanıcılarının izleme ve kullanım pratiklerine ilişkin öne çıkan bulgular, içeriklerin kısalığı, akıllı cep telefonlarıyla içeriklere erişim kolaylığı, içeriklerin kalitesi ve özgünlüğü, izleme ve tercih sebeplerinin başında gelmesidir. Dijitalleşmeyle birlikte içerik üreticileri alışılmış standartların dışına çıkarak inovatif yaklaşımlarla birçok alternatif seçenek arasından izleyiciyi yakalamaya çalışmaktadır. Günümüzde gittikçe sayıları artan dijital platformlar hem içerikleri hem de izleyici profili açısından iletişim araştırmaları için yeni bir keşif alanı olma potansiyelindedir. Küçük ölçekli de olsa sahadan gelen veriler, izleyici profili, tüketim ve kullanım pratiklerini anlama adına değerlidir ve değerlendirilen niteliksel bulgular izleyici araştırmaları için katkı niteliğindedir.

KAYNAKÇA

- Akarçay Ulutaş, D. (2018). Görüşme tekniği. Ş. Aslan (Ed.). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Nicel, Nitel ve Karma Tasarımlar İçin Bir Rehber* içinde (s. 325-341). Konya: Eğitim Yayınevi
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. (Çev: S. İrvan). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Güngör, N. (2020). Kültürel çalışmalar ve Türkiye serüveni. *TRT Akademi*, 5 (10), 514-535.
- Hall, S. (1973). Encoding and decoding in the television discourse. *Centre for Contemporary Cultural Studies*, 1-20, Birmingham.
- İnal, A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İrvan, S. (1994). Eleştirel yaklaşımlarda izleyici araştırmaları: bir yöntem olarak alımlama çözümlemesi. *İLEF Yıllık*, (7), 205-223, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Jensen, K.B. ve Rosengren, K.E. (2005). İzleyicinin peşindeki beş gelenek. Ş.Yavuz (Der.). *Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma* içinde. (s. 55-84). Ankara: Vadi Yayınları.
- Karaduman, S. (2017). Television broadcasting in new media platform and interaction. E. Doğan ve E. Geçgin (Ed.). *Current Debates in Public Relations Cultural Media Studies* içinde (s. 115-129). London: IJOPEC.
- Karaduman, S. ve Çetinkaya, E. (2020). “Atiye” dizisi bağlamında internet dizi izleyicisi alımlama analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13 (73), 956-969.
- Karasar, N. (2022). *Bilimsel araştırma yöntemi kavramlar ilkeler teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and study of popular culture: an aditorial note on a possible future of his journal. *Studies in Public Communication* 2, 1-6.
- Küçük, M. (1999). *Medya, iktidar, ideoloji*. İstanbul: Ark Yayınları.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997). *Kitle iletişim modelleri*. (K. Yumlu, Çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Mikos, L. (2016). Digital media platforms and the use of tv content: binge watching and video-on-demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154–161.
- Morley, D. (1990). *Family television: cultural power and domestic leisure*. Londra & New York: Routledge.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve toplum*. Ankara: TRT Yayınları.

- Özçetin, B. (2010). “Kullanımlar ve doyumlar”dan izler kitle sosyolojisine: Türkiye’de izler kitle çalışmaları. *İletişim Araştırmaları*, 8(2), 9-37.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle iletişim kuramları, kavramlar, okullar, modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özçetin, B. (2021). Britanya kültürel incelemeler okulu. Ö. Özer (Ed.). *Eleştirel Medya Kuramları* içinde (s. 161-184), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Özsoy, A. (2011), *Televizyon ve izleyici Türkiye’de dönüşen televizyon kültürü ve izleyici*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Turner, G. (2016). *İngiliz kültürel çalışmaları*. (Çev: B. Özçetin ve D. Özçetin), Ankara: Heretik Yayınevi.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 24(24), 543-559.
- Uluç, G. (2008). *Küreselleşen medya: iktidar ve mücadele alanı*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2000). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- www.gain.com.tr (Erişim tarihi: 10 Haziran 2021)

EK-1 Görüşme Soruları:

1. Gain'den nasıl haberdar oldunuz?
2. Neden Gain'i tercih ediyorsunuz?
3. Gain'i ne kadar süredir kullanıyorsunuz?
4. Ücretsiz kullanımdan sonra Premium üye oldunuz mu? Olduysanız neden? Olmadıysanız neden? Ücret tarifesi hakkında görüşleriniz nelerdir?
5. En çok hangi türden içerik takip ediyorsunuz? Neden? (dizi, belgesel, program vs.)
6. Hangi içerikleri takip ediyorsunuz? Neden?
7. Çoğunlukla hangi iletişim araçlardan erişim sağlıyorsunuz?
8. Daha çok hangi saatlerde ve nerede kullanıyorsunuz?
9. Reklamlarına rastladınız mı? Ne düşünüyorsunuz?
10. Kullanışlı ve kaliteli buluyor musunuz? İçerik ve ara yüz olarak değerlendirebilir misiniz?
11. Diğer dijital platformların aksine Gain'de da kısa içeriklerin var olması hakkında ne düşünüyorsunuz?
12. İçerikleri yalnız mı izliyorsunuz?
13. Ekranın dikey olduğu içerikleri izlemek sizin için daha mı kolay? Yoksa yatay düzlemdeki içerikleri mi izlemeyi tercih ediyorsunuz?
14. İçeriklerin süreleri hakkında ne düşünüyorsunuz? Bir içeriği izlerken 'süresi' sizin için belirleyici mi?

Geliş Tarihi:

30.12.2021

Kabul Tarihi:

27.05.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Tutar, A., Adıgüzel, M., & Nam, S. (2022). Visual mapping and bibliometric analysis of publications on global competitiveness. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1008-1031. doi: 10.46928/iticusbe.1056891

VISUAL MAPPING AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PUBLICATIONS ON GLOBAL COMPETITIVENESS

Araştırma

Hasan Tutar 

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

hasantutar@ibu.edu.tr

Muhittin Adıgüzel 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Üniversitesi

madiguzel@ticaret.edu.tr

Selçuk Nam 

Sakarya Üniversitesi

snam@sakarya.edu.tr

Prof. Dr. Hasan Tutar, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünde öğretim üyesidir. Araştırma alanları; örgütsel strateji, örgüt teorileri, insan kaynakları yönetimi ve örgütsel davranıştır.

Muhittin Adıgüzel, İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Fakültesi İktisat Bölümü'nde Dr. Öğr. Üyesi'dir. Uzmanlık alanları olan makro iktisat ve uluslararası iktisat alanlarında ders vermekte olup küreselleşme ve küresel rekabet gücü konularında çalışmalar yapmaktadır.

Selçuk Nam, Sakarya Üniversitesi Adapazarı Meslek Yüksekokulu Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü'nde Dr. Öğr. Üyesi'dir. Araştırma ilgi alanları; organizasyon teorileri, yönetim ve strateji, örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimidir.

VISUAL MAPPING AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF PUBLICATIONS ON GLOBAL COMPETITIVENESS

Hasan Tutar
hasantutar@ibu.edu.tr
Muhittin Adıgüzel
madiguzel@ticaret.edu.tr
Selçuk Nam
snam@sakarya.edu.tr

Abstract

One of the primary goals of a country is to increase the real income of its people in convenient free market conditions and the long run. Global competitiveness is also related to the ability to produce goods and services following the standards of international markets.

Objective: The main purpose of this research is to reveal and make the bibliometric analysis of the publications, researchers, related institutions, countries and their connections published in the field of global competitiveness between 1991-2021 through visual mapping.

Method: The current data of the research were collected from the publications indexed in the Web of Science database in January 2022. We analyzed the data according to inclusion and exclusion criteria of 613 articles published in 426 journals. In the research, we made common word analysis of key concepts, citation analysis, common citation analysis, institution/university analysis, and country analysis of publications on "global competitiveness."

Findings: The findings determined that those working on the concept of global competitiveness discussed the basic assumptions of global competitiveness and the basic concepts in this field together. Another finding is that the interest in global competitiveness is increasing day by day, and the interest in the subject is relatively higher in developing and developed countries.

Originality: Co-author and citation analyses show that researchers from different universities and countries have a working culture. In addition, the interest shown in the issue of global competitiveness shows that scientific institutions have an important place in the development of global thought.

Keywords: Global Competitiveness, Bibliometric Analysis, Visual Mapping, Co-citation Analysis, Co-word Analysis

JEL Classification: F63, O19

KÜRESEL REKABET GÜCÜ KONUSUNDAKİ YAYINLARIN GÖRSEL HARİTALANDIRILMASI VE BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Özet

Bir ülkenin temel amaçlarından biri, uygun serbest piyasa koşullarında ve uzun vadede halkının reel gelirini artırmaktır. Küresel rekabet gücü aynı zamanda uluslararası piyasaların standartlarını takip ederek mal ve hizmet üretme yeteneği ile de ilgilidir.

Amaç: Bu araştırmanın temel amacı, 1991-2021 yılları arasında küresel rekabet gücü alanındaki yayınların, araştırmacıların, ilgili kurumların, ülkelerin ve bunların bağlantılarının görsel haritalama yoluyla ortaya çıkarılması ve bibliyometrik analizinin yapılmasıdır.

Yöntem: Araştırmanın güncel verileri, Ocak 2022' de Web of Science veri tabanında indekslenen yayınlardan toplanmıştır. Veriler, 426 dergide yayınlanan 613 makalenin dahil edilme ve hariç tutulma kriterlerine göre analiz edilmiştir. Araştırmada "küresel rekabet gücü" konulu yayınlardaki anahtar kavramların ortak kelime analizi, atıf analizi, ortak atıf analizi ve ülke/kurum analizi yapılmıştır.

Bulgular: Bulgular, küresel rekabet edebilirlik kavramı üzerinde çalışanların, küresel rekabet edebilirliğin temel varsayımlarını ve bu alandaki temel kavramları birlikte tartıştıklarını belirlemiştir. Diğer bir bulgu ise küresel rekabet gücüne olan ilginin her geçen gün arttığı ve bu ilginin görece olarak gelişmiş ülkelerde daha yüksek olduğudur.

Özgünlük: Ortak yazar ve atıf analizleri, farklı üniversitelerden ve ülkelere araştırmacıların ortak çalışma kültürüne sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca küresel rekabet edebilirlik konusuna gösterilen ilgi, küresel düşüncenin gelişmesinde bilimsel kurumların önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Küresel Rekabet Gücü, Bibliyometrik Analiz, Görsel Haritalama, Ortak Atıf Analizi, Ortak Kelime Analizi

JEL Sınıflandırması: F63, O19

INTRODUCTION

Although various methods have been developed to quantify scientific publications, which have an important role in developing and disseminating science, the most preferred method is bibliometric analysis. In bibliometric research, web-based research is carried out in various sample sizes. While some of these cover a relatively small sample, some may cover a very large area (Laengle et al., 2017; Merigo et al., 2017). Recently, the increase in accessing rich data from databases such as WoSveawer and Scopus increases the possibility of indexing Web information, cataloging, accessing metadata, link analysis, and visual mapping. The increased opportunity to see how the studied area has evolved and made suggestions based on factual data increases the importance of bibliometric research (Law & Cheung, 2008; Tang, Liao & Su, 2018). This has recently contributed to the spread of bibliometric research. Semantic networks, web ontology, Webometry, Cybermetry, Web Intelligence (WI), Web Competitive Intelligence (WCI) and Web mining and new technologies of Web services allow visual mapping and reveal the general view of the area examined bibliometric analysis.

With the increase in the number of scientific publications and ease of access, the availability of databases and various software to provide appropriate infrastructure for certain statistical studies increases the validity and reliability of bibliometric research. This situation is also very useful in guiding researchers to see how the literature has evolved (Cobo et al., 2011). In this study, we aimed to make a bibliometric analysis covering the period of 1991-2021 better understand the current structure of the global competitiveness literature. The fact that 1439 researchers, 849 different institutions and 77 different countries showed interest in the subject of global competitiveness in the period under review shows the importance given to the concept of global competitiveness. The increase in the interest in question and the publications and citations to publications is one of the important motivational tools that guide the emergence of this research.

We benefited from VOSviewer software and the clustering-based network inference algorithm running in this software. Bibliometric research allows comparisons between countries, institutions, theories, approaches and models on various subjects and to see the general trend in the field. Bibliometric researchers aim to see the citation analysis, co-citation analysis, the efficiency of individuals, institutions or countries, and the trends of publications such as books and articles in a certain period (Koehler, 2001:120). This study aims to test the validity of the basic assumptions of the concept of global competitiveness. For this purpose, the general trend of the literature on global competitiveness between the years 1991-2021 was tried to be revealed.

For this reason, it aims to map the trend in the global competitiveness literature through bibliometric analysis and reveal the publications' descriptive information with bibliometric analysis. Thanks to this bibliometric study on global competitiveness, visual mapping and bibliometric analysis of the current state of the literature on the concept in question are important in guiding the field's development. An important point here is that bibliometric analyzes are limited to visualizing only

quantitative-statistical data of the relevant literature. For this reason, it is important to make some inferences by interpreting the findings obtained from bibliometric analyzes in the light of the literature and with a critical perspective. We think that this research will guide the next researchers to fill the gap in the literature by showing the bibliometric findings of the related literature and showing the gaps in the field.

Bibliometric studies measure the scientific impact of journals, authors, research institutions and analyze current issues, citations of publications and researchers, patterns of scientific collaboration, interdisciplinary indicators, etc. (Laengle et al., 2018). Bibliometric research is of great importance, especially seeing how the literature has evolved (Merigo et al., 2017). Using bibliometric techniques to analyze publications' information structure and scientific characteristics on specific topics guides potential authors. Bibliometric research is also very functional in providing some reference for the future development of the journals under review. In addition, revealing the current status and trend of the publications has an important role in determining the journal's publication policy in the future (Xu et al., 2018). This bibliometric study aims to contribute to the literature by identifying the most productive authors, institutions and countries, citation analyses and co-citation analyses on global competitiveness. For this purpose, the research aimed to answer the following questions:

1. *What is the quantitative view of the articles on global competitiveness in the examined period?*
2. *Which journals published the most on global competitiveness in the period under review?*
3. *Who are the most productive and contributing authors to the global competitiveness literature in the period under review?*
4. *What is the publication performance of countries and universities in terms of global competitiveness in the examined period?*
5. *Which concepts about global competitiveness were studied the most during the period under review?*
6. *Who are the most cited authors on global competitiveness in the period under review?*
7. *What are the most commonly cited articles and journals on global competitiveness in the examined period?*
8. *Does the distribution of articles on global competitiveness in the examined period comply with the Bradford Law?*

CONCEPTUAL FRAMEWORK: COMPETITIVENESS

The concept of competition has always had central importance, especially in macroeconomic thought. The concept of competition is one of the cornerstones of economic theory and forms the core of many economic theories. Classical economics is an approach against mercantilism, which advocates state intervention in trade, that is, protectionism because free trade based on competition will have economic and social costs. A competitive free market assumption suggests that the market will have

the most favorable conditions with no outside interference (Aktaş, 2003; Krugman, 1994; Enright & Newton, 2004). As a result of this understanding, competitiveness has become popular. The concept of competitiveness in general; analyzed at the firm, industry, and country level. Firm-Level competitiveness is related to the firm's ability to innovate and create added value (Baron & Kemp, 2004; Davis & Weinstein, 2003). Industrial Competitiveness is the ability of a local firm to compete in the same industry but in different country markets. Competitiveness at the country level is the ability of a country to produce goods and services and innovate against other countries, largely due to firms and industries. Another determinant of the country's competitiveness is its capacity to produce advanced technology supported by innovations and inventions that require interaction with foreign markets (Aktan & İstiklal, 2004).

In international trade theories, competition reflects a nation's power over its international rivals in producing international goods and services under free and fair market conditions. Competitiveness also includes increasing the real incomes of a nation's citizens (Durand et al., 1998; OECD, 2000). Therefore, competitiveness is an important factor in the creation of national welfare. Competitiveness also reflects the level at which goods and services have some comparative advantage. Although Porter has developed different approaches such as Porter's five powers and the diamond model to measure competitive advantage (Porter, 1990; Sim et al., 2003), empirical research continues in many areas to develop measures that better measure the competitiveness of each industry (Bess, 2006; Guan et al., 2006; Zanakis & Becerra-Fernandez, 2005). Concepts and analyses related to competitiveness are of great importance in showing the field's main evolutionary trend.

Global competitiveness and its measurement

The World Economic Forum (WEF), the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and the International Institute for Management Development (IMD) see global competitiveness as market success resulting in a country's overall welfare increase. The World Economic Forum defines competitiveness as a level of productivity that will encompass all institutions, policies and production factors that will ensure sustainable growth in a country. According to OECD, global competitiveness is the ability of a country to produce products that can compete with foreign countries by increasing its real national income in free-market conditions (Wang et al., 2004; Fisher & Kakkar, 2004). With the increasing level of global competition globally, it is one of the powerful tools to gain a competitive advantage. The Global competitiveness of countries is concentrated in certain sectors, and this shows that no country has the same advantages in terms of competitiveness in all sectors. When evaluated in terms of global competitiveness, transaction costs are an important factor in trade products between countries. One of the other important factors in determining global competitiveness is labor productivity. This situation shows that it is impossible to equalize international factor prices and some countries have competitive advantages in terms of global competitiveness.

Economic development levels of countries are measured in terms of different types of development, namely factor-based development, productivity-based development, and innovation-based development. However, determining countries' global competitiveness is not as easy as stated here. For this purpose, some standards have been developed to determine global competitiveness. The global competitiveness index (GCI) is generally accepted in measuring the competitiveness of countries. GCI measures the global competitiveness of countries over twelve parameters. Twelve basic components and three basic factors formed by complementary data are used to calculate the index. GCI's first basic factor is the "Basic Needs" parameter. This parameter; consists of data on institutions, infrastructure, macroeconomic environment, health and basic education. The second is "Productivity Enhancing Factors," and these factors are; It consists of a combination of data such as higher education and vocational education, the efficiency of the goods market, the efficiency of the labor market, the development of the financial market, technological readiness and the size of the market. The third factor is the level of development of the labor market and innovation and diversity factors, which include data on innovation (Ovalı, 2014).

The Global Competitiveness Index has been preparing the GCI since 2004, based on theoretical and empirical research, to determine economies' competitiveness levels. In the reports on which this index is based, data is collected from executive opinions and more than 110 parameters obtained from the open sources of the United Nations and other international organizations. Each of the variables used in the GCI represents an area that is considered an important determinant of competitiveness. In the preparation of the report, a representative sample of business leaders from their own countries is collected through the Executive Opinion Survey (World Economic Forum, 2011). In recent years, growth through productivity, the main global competitiveness variable, has started to gain more importance. Today, developed economies prefer to increase their global competitiveness by increasing productivity through better existing factors and resources (World Economic Forum, 2007).

METHOD

Research Design

Bibliometric analysis is a research method used to visualize the research area's general view and group researchers, articles, journals, keywords, and institutions. Bibliographic data from scientific studies is collected, processed, and analyzed quantitatively in bibliometric analysis. In these analyzes, in addition to general descriptive statistics, more sophisticated analyzes that reveal the intellectual structure of the field, such as citation analyzes, co-citation analyzes, keyword networks and collaboration networks, are used (Zupic & Cater 2015; Cobo et al., 2011; Verbeek et al., 2002; Liu et al., 2015). The bibliometric method is widely used in the literature to reveal the development of a particular subject or field and to explore the intellectual structure (Donthu et al., 2021; Verma & Gustafsson, 2020). The bibliometric method is used to analyze parameters such as the year the articles were published, author, institution, country, keywords, study titles, citation numbers (Zupic & Cater,

2015; Yılmaz, 2017:66; Öztürk, 2021). The difference of the bibliometric method from the literature review because it focuses on evaluating the structure of a particular research area and allows seeing how the publications show a trend in the period under review (Block & Fisch, 2020; Al & Soydal, 2012).

The Bibliometrics method is also preferred because it is convenient to see the development of a discipline in a certain period, its conceptual structures, research results in the discipline and to make meta-analyses. Another technique used to study a particular area is visual mapping. This technique contributes to creating a mind map by presenting the structure of a particular research area with the help of visual maps. Visual maps, which provide the visual presentation of bibliometric data, show performance measures and see the key concepts in a discipline and their interactions with each other (Cobo et al., 2011: 1383).

Data Collection

In bibliometric research, the literature review is done according to key concepts, determination of databases and articles, inclusion and exclusion criteria (Block & Fisch 2020). This research conducted a systematic literature search in WoS databases to identify scientific articles published on global competitiveness according to certain key concepts (Table 1). We conducted a topic query that included all possible naming forms for global competitiveness articles. The study preferred the WoS database because it contains sufficient data for bibliometric analyses in social sciences. Another reason for choosing this database is that it contains the appropriate file type (Cobo et al., 2011; Zupic & Cater 2015). These advantages provide significant convenience in obtaining data, transferring them to the program and performing analysis. We used the inclusion and exclusion criteria shown in Table 2 to exclude publications not considered validated information in the study (Block et al., 2019).

Bibliometric Analysis of Data

As a method, in bibliometric analysis, firstly, the keywords should be determined. Secondly, the search should be done with the keywords determined in the database to be searched, and in the last stage, the bibliographic data set obtained as a result of the scan should be analyzed (Ruhanen et al., 2015; Fahimnia et al., 2015). In the research, we performed the conceptual analysis of 613 articles published in 426 journals, which were determined according to the exclusion and inclusion criteria from 974 articles on global competitiveness, and bibliometric analyzes by extracting the connections between the concepts through visual mapping (Riffe et al., 2014; Barringer et al., 2005; Higuchi, 2016). To present a comprehensive analysis of the global competitiveness domain, we first performed a performance analysis that provides a descriptive overview of the global competitiveness domain based on data from the Web of Science database.

In the data analysis process, we analyzed the number of articles in which key concepts related to global competitiveness were mentioned, the institutions and countries that use these concepts the

most, researchers publishing on the subject, and the most cited publications from these publications. In addition, the distribution of the publications produced by years, the number of citations, the institutions that contributed the most to these publications and the prominent researchers were determined. In the research, 613 data were scanned in the Web of Science (WoS) database as Social Sciences Citation Index (SSCI), Science Citation Index Expanded (SCI-Expanded), Arts and Humanities Citation Index (A&HCI) and Emerging Social Citation Index (ESCI). We reviewed the article. In addition, we analyzed 1439 researchers, 849 different institutions and 77 different countries with bibliometric techniques. We used the VOSviewer software and the clustering-based network inference algorithm running in this software (Waltman et al., 2010; Van Eck & Waltman, 2009). We determined the bibliometric analysis and general trends of publications with data analysis programs that offer different visual maps in the analyzes (Hudson, 1996; Zupic & Cater, 2015). This study used the VOSviewer and Bibliometrix (R-tool) program to visualize the data set, offering advanced and valid techniques (Block & Fisch 2020).

Table 1. Keywords

("global competitiveness") OR ("global competitiveness factor*") OR ("global competitiveness indicator*") OR ("global competitiveness index") OR ("global competitiveness analysis") OR ("global competitiveness approach") OR ("global competitiveness report*") OR ("global competitiveness industry") OR ("global competitiveness initiative") OR ("global competitiveness innovation") OR ("global competitiveness strateg*")

After identifying appropriate databases, we searched for relevant publications using the keywords and Boolean operators shown in Table 1. We conducted a topic query covering all possible naming forms related to the theory to ensure that all articles accurately and fully represent the global competitiveness field are included. As a result of searching for the relevant keywords in Table 1 in the title, abstract or keywords, we identified 974 studies between 1991 and 2021. Then, we performed scanning and filtering for 974 studies.

Table 2. Inclusion and Exclusion Criteria

Inclusion criteria	Exclusion criteria
<ul style="list-style-type: none"> • Articles in business, management and economics, • Research and review articles, • Keywords, Index (SSCI, SCI-Expanded, and ESCI) Language (English), • Year (1991-2021) 	<ul style="list-style-type: none"> • Book, book chapter, papers, index other than SSCI, SCI-Expanded and ESCI • WoS categories and research areas not related to global competitiveness indicators

We included only publications business, management, economics, and English-language articles in the analysis. We excluded conference papers because they are not peer-reviewed, the quality of the information may vary, and they are in the gray literature. We have excluded book chapters not based on empirical information and articles with less scientific rigor. After all the filtering processes, we further filtered the remaining articles to ensure that the selected articles were within the scope of global competitiveness. After the initial filtering, we manually evaluated the titles, abstracts and

keywords of the 642 articles found. In this process, we eliminated 29 articles as they were not in the scope of the research and included 613 articles in the analysis process.

FINDINGS

Descriptive statistics

Descriptive analysis, diagnostic analysis, predictive analysis, and some prescriptive analyses were carried out to transform the raw data into usable information. This framework summarized and visualized historical data during the descriptive analysis process. In the diagnostic analysis phase, we sought answers to the questions we asked with the findings obtained from the data. We examined what happened and why the current situation occurred at this stage. For this purpose, we tried to discover relationships between variables. In the third stage, we tried to make projections for the future with predictive analysis. We tried to predict the possible outcomes according to the trends based on the findings obtained from the data with predictive analysis. Finally, we aimed to contribute to the field, practice and method by making various suggestions according to the research results with the prescriptive analysis approach.

RQ1: What is the quantitative view of publications on global competitiveness in the period under review?

The vast majority (591 articles, 96%) of the 613 articles obtained after all filtering processes were research articles, and 22 (4%) were review articles. These numbers show that researchers concentrate on empirical studies. At the same time, it was determined that the studies' annual improvement rate between 1991-2021 was 14.87%. There are 168 studies included in the analysis from 1991 to after the 2008 global economic crisis. In addition, the number of studies conducted from this period to the end of 2021 is 445. The fact that 72% of all studies carried out took place after the 2008 global economic crisis shows that the global economic crisis is a driving force for studies in the field of global Competitiveness (Figure 1).

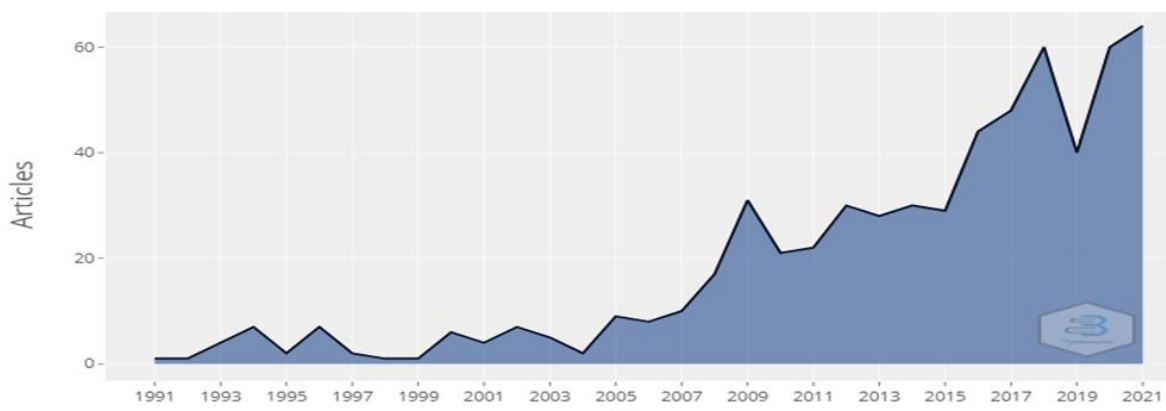


Figure 1. Articles Per Year.

Notes: Evolution of the number of articles over the years since 1991. Articles published until December 2021 were included. The figure is based on a sample of N = 613 articles. Source: Own elaboration

RQ2: Which journals published the most on global competitiveness in the period under review?

The journals with four or more publications in the field of global competitiveness, the impact factors of the journals in 2020 and their total citations are shown in Table 3. Accordingly, 116 (19%) of 613 articles published in 426 journals were published by 20 journals given in Table 3. Competitiveness Review is the most productive journal with 22 articles. Sustainability follows this journal with nine articles and the Financial and Credit Activity journal with eight articles. The first three journals account for 6.3% of the total articles.

Table 3. Most Productive Sources

Sources	Number of articles	IF/JIF*	Total citations
Competitiveness Review	22	2.45	141
Sustainability	9	3.25	72
Financial and Credit Activity	8	0.16*	67
Journal of Competitiveness	6	4.72	80
Marketing and Management of Innovations	6	0.28*	6
World Economy and International Relations	6	0.25*	15
Economic Research-Ekonomska Istrazivanja	5	3.03	84
Higher Education	5	4.63	235
Journal of Cleaner Production	5	9.29	220
Baltic Journal of Economic Studies	4	0.15*	3
Globalization Societies and Education	4	1.37	51
Higher Education Policy	4	2.62	59
International Journal of Educational Management	4	0,37*	79
International Journal of Technology Management	4	1.66	28
Journal of Asian Finance Economics and Business	4	0,91*	16
Journal of Higher Education Policy and Management	4	2.12	105
Risus-Journal in Innovation and Sustainability	4	0,07*	1
Technological Forecasting and Social Change	4	8.39	76
Technology in Society	4	4.19	29
Technovation	4	6.60	300

Note 1: IF: Impact factor JIF: Journal Citation Indicator. Note 2: Citation counts of the journals were obtained by using VOSviewer software. Citations are based on the Web of Science database as of December 2021. Journals' impact factor and Journal Citation Indicator for 2020 were taken from their website and Clarivate Analytics

As seen in Table 3, Competitiveness Review is the journal that publishes the most (22 articles) on the key concepts researched. The journal's impact factor is also 2.45, and the journal received a total of 141 citations. The other most productive journal is Sustainability, with nine articles. The total number

of citations to the journal is 72. The number of journals contributing to the field with only one article in the period under review is 329.

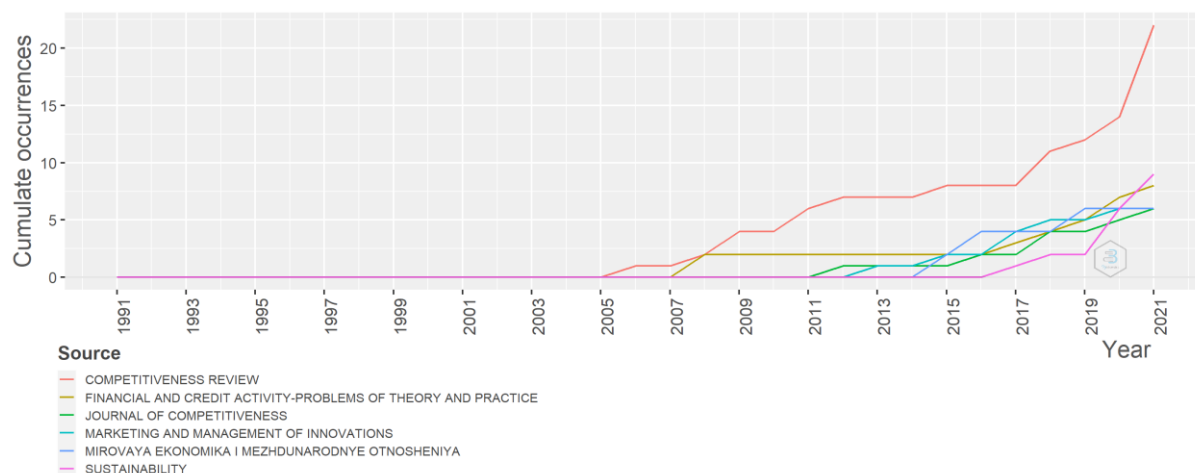


Figure 2. Graph of Publication Numbers of the Top Six Most Prolific Journals.

When the aims and scopes of the journals given in Figure 2, which have the most intensive studies in the field, are examined in detail, it is seen that the journals that mostly accept empirical articles have a higher share.

RQ3: Who are the most productive and contributing authors to the global competitiveness literature during the period under review?

A total of 1439 authors contributed to 613 articles constituting the sample. Table 4 shows the authors who contributed two or more articles. Mok K. H. is the most prolific author in publications, with 14 articles.

Table 4. The Most Prolific Authors

Authors	No of articles
Mok k. H.	14
Ferreira J. J.	5
Inaba K.	4
Li J.	4
Cabinova v.	3
Chou C. P.	3
Danilova E. A.	3
Jackson D.	3
Lee C.S.	3
Onuferova E.	3
Abdul-rahim A.S.	2
Ahmed A.	2
Alsaleh M.	2
Bach M.P.	2
Baierle I.C.	2
Balyer A.	2
Barrichello A.	2
Baumann C.	2

Borel T.	2
Chan C. F.	2

Note: Authors who contributed to 2 or more articles are included in the table. Citations are based on the Web of Science database as of December 2021.

Considering whether the articles have single or multiple authors, the number of documents with a single author is 174 (28%). More than one researcher wrote 72% of the articles. This ratio shows a strong tendency to work together among researchers in the field. The eclectic nature of global competitiveness, which includes different disciplines such as enabling environment (corporate structure, infrastructure, technology), human capital (health, skills), markets (product, workforce, finance) and innovation ecosystem, can be considered as an element that increases the tendency to work together.

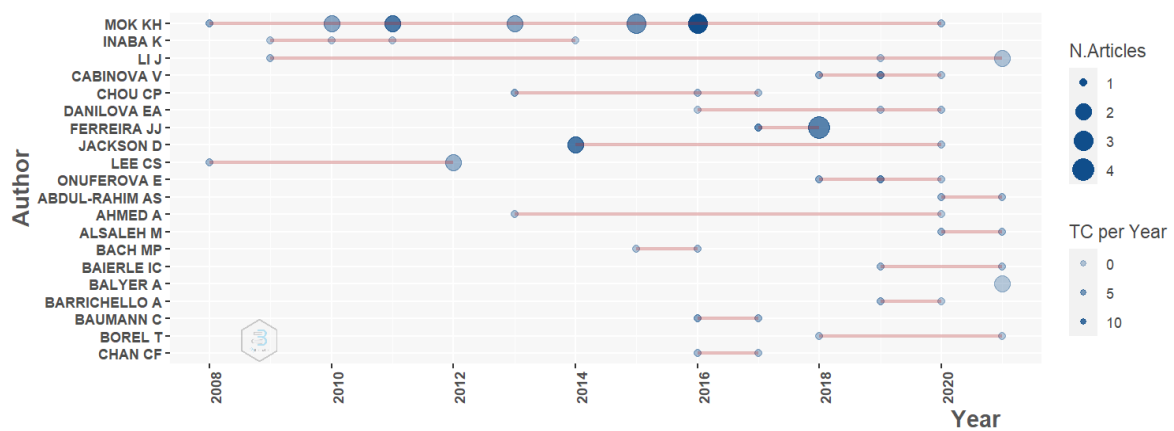


Figure 3. Distribution of Articles Produced by the Top 20 Most Productive Authors Over Time

RQ4: Question: *What is the publication performance of countries and universities in terms of global competitiveness in the period under review?*

The 613 articles examined were produced by researchers working at 814 different universities. Researchers at 674 of these universities contributed with only one study. Table 5 shows the most productive universities contributing three or more articles to global competitiveness by the number of articles. The Education University of Hong Kong is the university that contributed the most with eight articles. When universities are evaluated in their citation performance, California University has the highest contribution to the field with 4554 citations.

Table 5. Most Productive Universities

Affiliations	No of articles	Total citations
Education University of Hong Kong	8	249
Sumy State University	6	33
Lingnan University	5	110
Macquarie University	5	278
Natl Chengchi University	5	51
Texas A&M University	5	103
Tomsk State University	5	6
University Hong Kong	5	91
Edith Cowan University	4	101

Harvard University	4	280
Nanyang Technol University	4	33
Open University	4	35
University of California	4	4554
University Presov	4	47
University Pretoria	4	4
University Sao Paulo	4	147
Yamaguchi University	4	-
Istanbul Tech University	4	26
Beijing Normal University	3	1
City University Hong Kong	3	232

Note: Universities that contributed to the field with five or more articles are included. Citations are based on the Web of Science database as of December 2021. Citation counts were obtained by using VOSviewer software.

Researchers from 77 different countries wrote the 613 articles included in the analysis. Table 6 shows the most productive countries contributing to global competitiveness by the number of articles and total citations. The most active countries are the United States of America with 102 articles, China with 60 articles, and Russia with 47 articles. The UK follows these with 37 articles and Australia with 30 articles. Approximately 50% of the 613 articles (303 articles) were produced by researchers from the first five countries from 77 countries contributing to the field. These figures are important as they show that economic development is not independent of scientific progress.

Table 6. Most Productive Countries

Country	Number of article	Citations
USA	102	6764
China	60	1042
Russia	47	150
England	37	516
Australia	30	666
Taiwan	27	455
Ukraine	27	118
South Africa	23	138
South Korea	22	316
Spain	22	126
Brazil	20	171
Canada	19	1363
India	18	258
Turkey	16	170
Germany	13	159
Malaysia	13	101
Poland	13	56
France	11	1098
Portugal	11	217

Note: Countries that contributed to the field with 11 and more articles are included. Citations are based on the Web of Science database as of December 2021. Citation counts were obtained by using VOSviewer software.

Bibliometric Analysis

In this part of the research, the interactions and structural connections between the research components on global competitiveness are evaluated. The purpose of this is to reveal the most used keywords, the most cited articles and journal networks. Classification and visualization processes are generally used in bibliometric studies. In the analysis process, similarity matrices and relationships between items are calculated. In this process, they commonly use software such as Pajek, BibExcel, SciMat VOSviewer, Bibliometrix R Package. This study used BibExcel, Bibliometrics and VOSviewer as bibliometric software. Images of relationships and similarities were presented (Aria & Cccrullo, 2017; Van Eck & Waltman, 2010).

RQ5: Which concepts on global competitiveness were studied the most during the period under review?

Figure 4 shows the most frequently used keywords among the 1975 keywords used in 613 articles. The red areas in the figure show the most frequently used words, the yellow areas show the less used words, and the green and blue areas show the least used words. The size of the letters also indicates the frequency of use. The most frequently used keyword is innovation, with 76 iterations. This is followed by the keyword's competitiveness with 66 words, global competitiveness with 43 words, global competitiveness index with 24 words, entrepreneurship with 22 words and higher education with 19 words. Here, it shows that innovation is an important competitive advantage factor in global competitiveness.

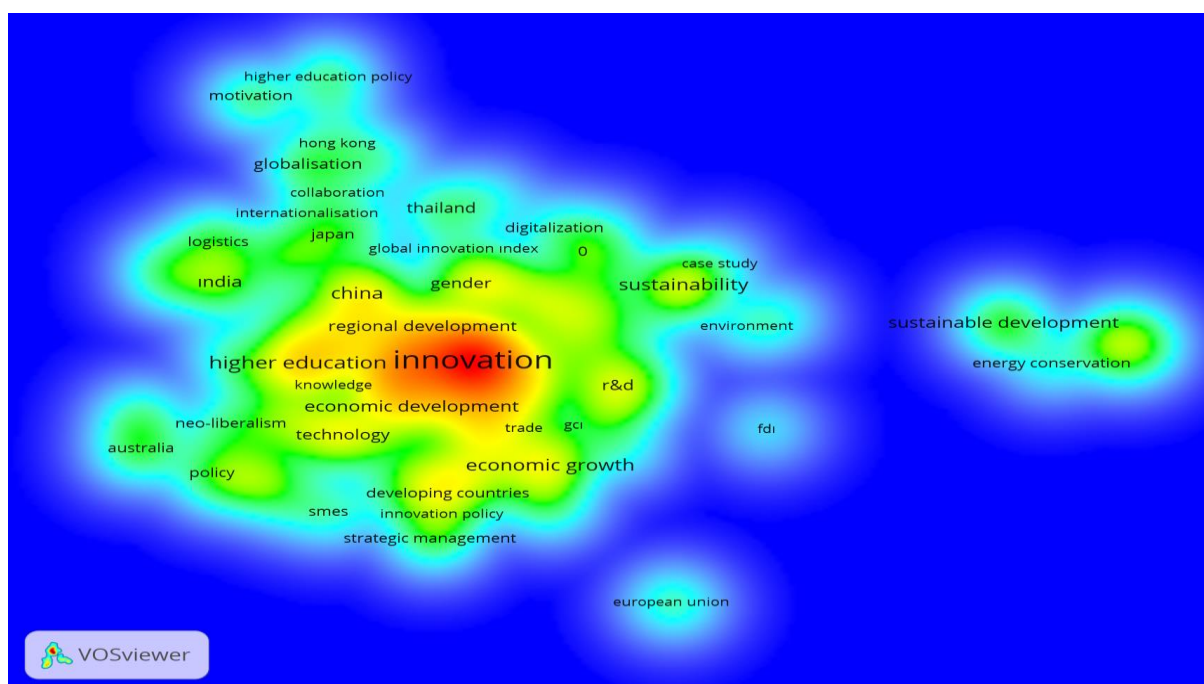


Figure 4. Most Frequently Used Keywords in the Digital Global Competitiveness Field.

Notes: Created by using BibExcel and VOSviewer based on a sample of N = 613 articles.

Relationship networks and the total link strength of the words used in the keywords of the articles are shown in Figure 5. The size of the circles represents the total association frequency of the words (total

connection strength) according to the use of each word with other words, and the lines between the two circles represent the relationship networks of the words with each other. The position of the words in Figure 5 shows how centered or peripheral they are in the network of relationships.

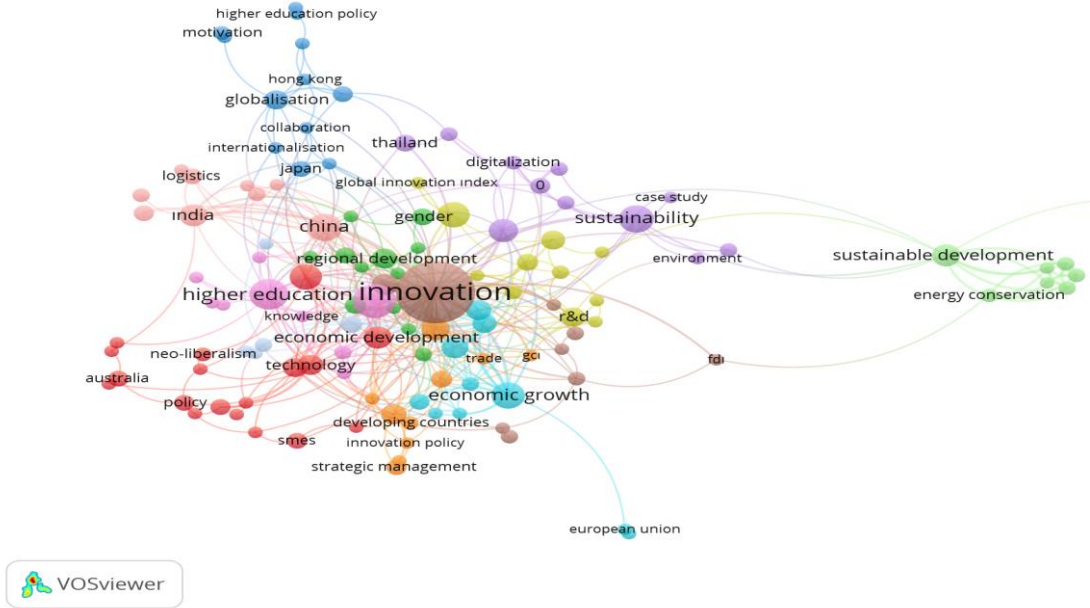


Figure 5. Relationship Networks and Total Link Strengths of the Keywords. Notes: Created by using

RQ6: Who are the most cited authors on global competitiveness in the period under review?

Since a study must be cited at least 20 times by 613 articles in the citation analysis, the minimum threshold is determined as 20 citations. The 105 cited articles cited here meet this criterion. Figure 6 shows the most-cited researchers and publications in Web of Science citations. Accordingly, Cabinova, V., Gavurova, V., Farinha, L., and Gomes, G. are the most cited researchers.

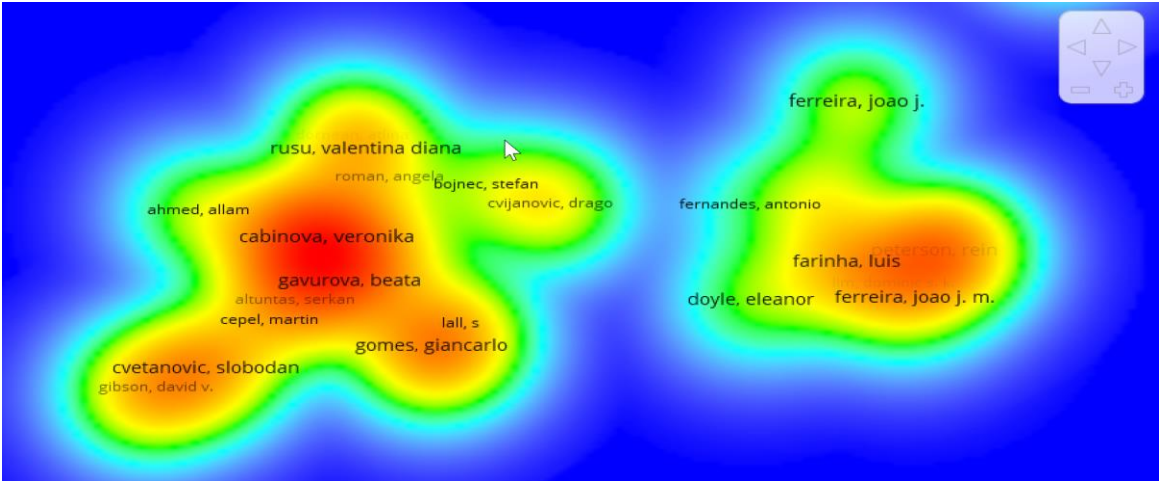


Figure 6. Most Influential Studies in the Field. Notes: Created using VOSviewer based on a sample of N= 613 articles. Citations are based on the Web of Science database as of December 2021.

RQ7: Which are the most commonly cited articles and journals on global competitiveness in the examined period?

Co-citation analysis is the frequency with which two studies are cited together or the frequency with which two different units of analysis (study, author, journal) are cited together in the same study. Co-citation analysis uses co-citation numbers to establish similarity measures between studies, authors, and journals. Co-citation analysis allows the density of co-cited authors, studies, and relationships among journals to be determined (Vogel 2012; Zupic and Cater 2015). The minimum threshold for conducting co-citation analysis at the publication level is 20 citations. Therefore, studies in which 613 articles in the sample were cited at least 20 times were included in the co-citation analysis. In Figure 7, the size of the circles shows the total citation frequency of the studies, while the lines between the circles show how many 613 articles were cited in the two studies together. The thickness of the lines indicates the strength of the link between the two studies. Also, the circle near the center represents a central and influential position in the citation network, while the circle at the periphery represents a less influential position. According to the results of the co-citation analysis, Porter, M.E.'s 1990, *The Competitive Advantage of Nations* (1990), *Clusters and the New Economics of Competition* (1998) and Cohen WM's *Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation* (1990) are the most cited studies. Also, the thickness of the lines between the three studies shows the strength of the connection between them.

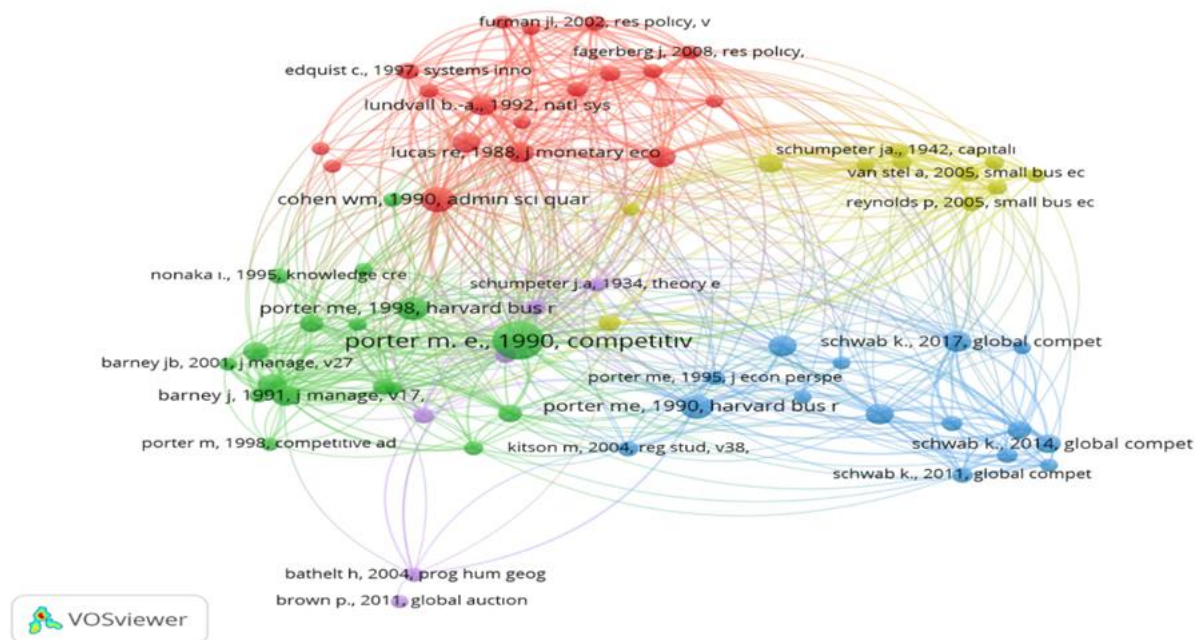


Figure 7. Co-citation Analysis at the Publication Level.
Notes: Created using VOSviewer based on a sample of N = 613 articles

As a result of the joint citation analysis carried out at the journal level, a total of 13448 common references were made to the journals containing 613 articles in the sample. The analysis set the minimum threshold to 50 as the citation. A journal must be cited at least 50 times to be included in

the analysis. In total, 119 journals meet this criterion. The density visualization of the journal-level co-citation analysis is given in Figure 8.

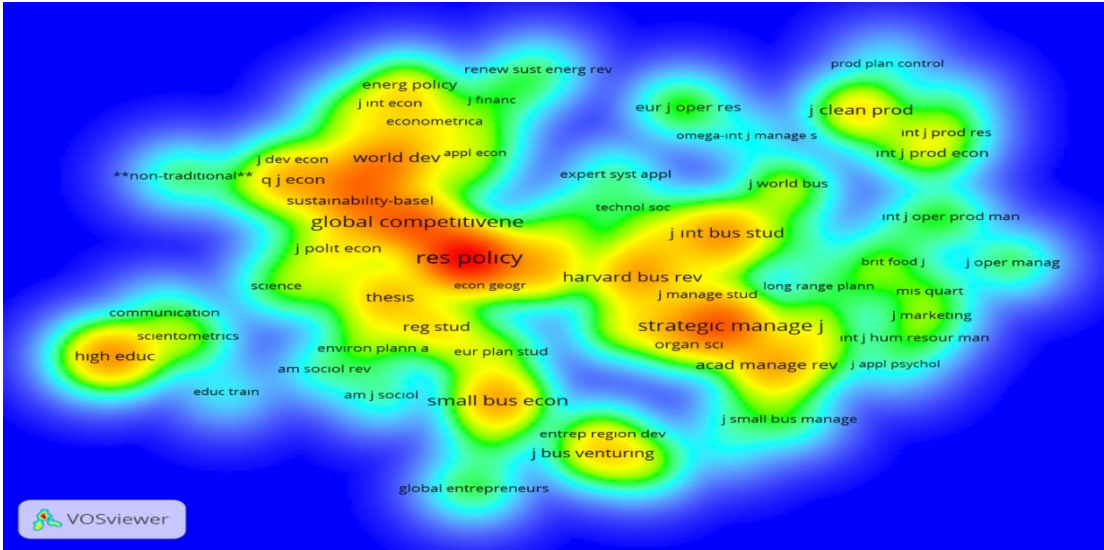


Figure 8. Co-citation Analysis at the Journal Level.
 Notes: Created by using VOSviewer based on a sample of N = 613 articles (included in Web of Science)
 According to the analysis results, the Research Policy journal is the most commonly cited journal with 358 citations. The other journal with a close co-citation (320) to Research Policy is the Strategic Management Journal.

RQ8: Does the distribution of global competitiveness in the period under review comply with Bradford's Law?

Bradford's Law is used in collection management to citation analysis in libraries. Bradford's Law of Scattering defines the scattering or distribution of literature on a particular subject into journals (Savanur & Hulloli, 2018). Bradford law journals in a particular field; The core journal group with few journals (1/3), the second region group with more journals, and the third region group with bulk journals (Olsgaard, 1989; Egghe & Rousseau, 1990; Garfield, 1980). The 203 articles included in the analysis fall into the first field, with 55 journals (core journals) in this study. The second region contains 32 journals (204 articles), while the third region contains 125 journals (206 articles) (Table 7).

Table 7. Distribution of Journals Based on the Bradford's Law

Zone	No of Journals	No of articles	Journal %
1	55	203	12,9
2	167	204	39,2
3	204	206	47,9
Total	426	670	100

According to Bradford's Law, the number of journals in each group should be proportional to 1:n:n². The Law stipulates that the number of journals in the second and third regions will be n and n² times,

respectively, than in the first region. According to the ratio of the number of journals stipulated by the Law, the number of journals in the third region should be 495. As a result, it seems that the distribution of journals and citations is not compatible with Bradford's Law. The main reason why the analysis findings do not comply with Bradford's Law is that the "core journal" numbers in the first group are lower than the Bradford Law predicts.

DISCUSSION and CONCLUSION

In this research, we conducted a bibliometric analysis covering 1991-2021 to determine the general view of global competitiveness and the trend in this field. We conducted visual mapping and bibliometric analyses to identify key concepts in Global Competitiveness Theory and the publication performance of countries, universities, and researchers. Research results We have found that publications on global competitiveness have shown a steady increase in recent years. The research results helped to see the gaps in the global competitiveness literature. It can be argued that these results are guiding for future research. In addition to descriptive and exploratory bibliometric analyses, it is necessary to conduct content analysis that enables the researcher to be included in the process as an active actor to advance research in the field. The findings and recommendations of this research are limited to the general view and orientation of the field of global competitiveness.

Innovation is the main concept that comes to the forefront as a result of the analyzes carried out to provide a preview of the research area related to global competitiveness, predict future research, and reveal thematic relationships in the field. One of the most important determinants of global competitiveness is the ability of companies to produce new and different products through innovation by using complex production processes (World Economic Forum. 2011). The fourth industrial revolution, the transition to a low-carbon economy and the shocks that redesigned development policies (2008 financial crisis, corona pandemic, etc.); It attributes a central role in the concept of innovation in reducing imbalances in development and increasing competitiveness. Innovation stands out as an important parameter for increasing competitiveness and providing competitive advantage at the firm and national level. The fact that countries have high innovation capability and technology enables companies and economies to enter a sustainable economic development process and helps them to increase their competitiveness. Therefore, it is not possible to consider innovation and global competition separately. When the Global Innovation Index (BSEC), which measures the innovation competencies of countries, and the country rankings in the Global Competitiveness Report prepared by the World Economic Forum are compared, the parallels are seen. Accordingly, all countries in the top 10 of the Global Competitiveness Index are also included in the top 15 countries of the Global Innovation Index. Countries that can build more knowledge and offer better collaborative opportunities can internalize innovative ideas and create new business models, considered economic growth engines. For this reason, countries should develop international cooperation and funding

resources and expand research funds to support existing research centers (Derindag, Lambovska & Todorova, 2022).

Due to increasing globalization, the diffusion of technology and information between countries intensifies. Technological imports from technologically developing countries benefit the productivity of local companies and their adoption of technology. In this respect, countries have a causal relationship between globalization and innovation and new technologies. Differences in technology adoption between countries reflect differences in the level of globalization. In this respect, globalization; is a critical factor for technology transfer and innovation adoption. Globalization reduces technology barriers, benefits technology transfer, and pushes local firms to innovate, leading to multi-factor productivity. Countries that want to increase economic growth by increasing multi-factor productivity through innovation should be more involved in globalization processes. This will facilitate technology and knowledge transfer, increase the adoption of new technologies, globalization and development. The self-reinforcing mechanism behind globalization and technology adoption will lead policymakers and practitioners to view globalization as a source of competition and a determinant of productivity. In this respect, human capital, innovation ecosystem and dynamic environment dimensions of global competitiveness come to the fore. As a matter of fact, according to the International Institute for Management Development (IMD), the competitiveness of a country is closely related to the ability of that country to create an environment that can create a continuous increase in added value (Aktan & İstiklal, 2004). For this reason, to compete in the world markets, the competitive power is not independent of the development levels of the industries, technological levels, macroeconomic environment, infrastructure and institutional structure of that country.

REFERENCES

- Aktan, C. C., & İstiklal, Y. V. (2004) *Rekabet gücü ve rekabet stratejileri*. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları
- Aktaş, C. (2003). *Gelişmekte olan ülkelerde rekabet politikası: Bir çerçeve çalışması*, Rekabet Kurumu, Yayın No: 114.
- Al, U., & Soydal, İ., (2012). Dergi kendine atfının etkisi: Energy education science and technology örneği. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 699-714.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrics: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Baron, J., & Kemp, S. (2004). Support for trade restrictions, attitudes, and understanding of comparative advantage. *Journal of Economic Psychology*, 25(5), 565-580.
- Barringer, B. R., Jones, F. F., & Neubaum, D. O. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 663-687. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.03.004>
- Bess, R. (2006). New Zealand seafood firm competitiveness in export markets: The role of the quota management system and aquaculture legislation. *Marine Policy*, 30(4), 367-378
- Block, J., & Fisch, C. (2020). Eight tips and questions for your bibliographic study in business and management research, *Management Review Quarterly*, 70, 307-312.
- Block, J. H., Fisch, C. O., Lau, J., Obschonka, M., & Presse, A. (2019). How do labor market institutions influence the preference to work in family firms? A Multilevel analysis across 40 countries. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(6), 1067–1093.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402. <https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Davis, D. R., & Weinstein, D. E. (2003). Market access, economic geography and comparative advantage: An empirical test. *Journal of International Economics*, 59(1), 1-23.
- Derindag, O. F., Lambovska, M., & Todorova, D. (2022). Innovation development factors: Switzerland experience. *Pressburg Economic Review*, 1(1), 57–65. Retrieved from <https://review.pressburgcentre.org/per/article/view/7>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>

- Durand, M., Madaschi, C., & Terribile, F. (1998). *Trends in OECD countries' international Competitiveness: The influence of emerging market economies*. Economics Department Working Papers No. 195. Paris: OECD Press.
- Egghe, L., & Rousseau, R. (1990). *Introduction to informetrics: Quantitative methods in library documentation and information science*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers.
- Enright, M. J., & Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in the Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(1), 339-350.
- Fahimnia, B., Sarkis, J., & Davarzani, H. (2015). Green supply chain management: A review and bibliometric analysis. *International Journal of Production Economics*, 162, 101-114. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.01.003>
- Fisher, E. O. N., & Kakkar, V. (2004). On the evolution of comparative advantage in matching models. *Journal of International Economics*, 64(1), 169-193.
- Garfield, E. (1980). Bradford's Law and related statistical patterns. *Essays of an Information Scientist*, 4, 476-483.
- Guan, J. C., Yam, R. C. M., Mok, C. K., & Ma, N. (2006). A study of the relationship between competitiveness and technological innovation capability based on DEA models. *European Journal of Operational Research*, 170(1), 971-986.
- Higuchi, K. (2016). A two-step approach to quantitative content analysis. *Ritsumeikan Social Sciences Review*, 52(3), 77-89.
- Hudson, J. (1996). Trends in multi-authored papers in economics. *Journal of Economic Perspectives*, 10(3), 153-158. <https://doi.org/10.1257/jep.10.3.153>
- Koehler, W. (2001). Information science as little science: The implications of a bibliometric analysis of the Journal of the American Society for Information Science. *Scientometrics*, 51(1), 117-132
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-46.
- Laengle, S., Merigó, J.M., Miranda, J., Słowiński, R., Bomze, I., Borgonovo, E., & Teunter, R. (2017). Forty years of the European Journal of Operational Research: A bibliometric overview. *European Journal of Operational Research*, 262(3), 803-816.
- Laengle, S., Modak, N. M., Merigó, J. M., & De La Sotta, C. (2018). Thirty years of the International Journal of Computer Integrated Manufacturing: A bibliometric analysis. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, 31(12), 1247-1268.
- Law, R., & Cheung, P. (2008). An analysis of publications in leading tourism journals and its implications on China tourism research. *Journal of China Tourism Research*, 4(1), 78-97.

- Liu, Z., Yin, Y., Liu, W., & Dunford, M. (2015). Visualizing the intellectual structure and evolution of innovation systems research: A bibliometric analysis. *Scientometrics*, 103(1), 135-158.
- Merigó, J. M., Blanco-Mesa, F., Gil-Lafuente A. M., & Yager, R. R. (2017). Thirty years of the International Journal of Intelligent Systems: A bibliometric review. *International Journal of Intelligent Systems*, 32(5), 526-554.
- OECD (2000). *The Competitiveness of European industry: 1999 Report. Working Document of the Services of the European Commission.* Retrieved from <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/2980/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- Olsgaard, J. (1989). *Principles and applications of information science for library professionals.* Chicago: American Library Association.
- Ovalı, S. (2014). Küresel rekabet gücü açısından Türkiye'nin konumu üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 13, 17-36.
- Öztürk, O. (2021). Bibliometric review of resource dependence theory literature: An overview. *Management Review Quarterly*. 71, 525-552. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00192-8>
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93.
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2014). *Analysing media messages: Using quantitative content analysis in research.* Routledge.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535.
- Savanur, K. P., & Hulloli, P. B. (2018). Application of Bradford's Law of scattering to the solar physics world literature: A scientometric study. *Journal of Library Development*, 4(1), 19-30.
- Sim, L. L., Ong, S. E., & Agarwal, A. (2003). Singapore's competitiveness as a global city: Development strategy, institutions and business environment. *Cities*, 20(2), 115-127.
- Tang, M., Liao, H., & Su, S.F. (2018). A bibliometric overview and visualization of the International Journal of Fuzzy Systems between 2007 and 2017. *International Journal of Fuzzy Systems*, 20(5), 1403-1422.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2009). How to normalize co-occurrence data? An analysis of some well-known similarity measures. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 60(8), 1635-1651. <https://doi.org/10.1002/asi.21075>
- Van Eck, N.J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.

- Verbeek, A., Debackere, K., Luwel, M., & Zimmermann, E. (2002). Measuring progress and evolution in science and technology: The multiple uses of bibliometric indicators. *International Journal of Management Reviews*, 4(2), 179-211. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00083>
- Verma, S., & Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of Business Research*, 118, 253-261. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.057>
- Vogel, R. (2012). The visible colleges of management and organization studies: A bibliometric analysis of academic journals. *Organization Studies*, 33(8), 1015-1043.
- Waltman, L., Van Eck, N. J., & Noyons, E. C. (2010). A unified approach to mapping and clustering of bibliometric networks. *Journal of Informetrics*, 4(4), 629-635. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.07.002>
- Wang, T.Y, Lee, H.Y, Zamora, E.A, Talisayon, S.D., Supangco, V. T., Gutierrez, B. P. B., & Patalinghug, E. E. (2004). A research framework for evaluating the competitiveness of developing countries: An example of the Philippines. *Asia Pacific Management Review*, 9(2), 301-321.
- World Economic Forum. (2007). *The Global Competitiveness Report 2006-2007*. Retrieved from https://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2006-07.pdf
- World Economic Forum. (2011). *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. Retrieved from https://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf
- Xu, Z., Yu, D., & Wang, X. (2018). A bibliometric overview of International Journal of Machine Learning and Cybernetics between 2010 and 2017. *International Journal of Machine Learning and Cybernetics*, 10, 2375-2387.
- Yılmaz, H. O., Babazade, R., Turan, O. A., Babazade, B., Koyuncu, O., Turan, A. (2017). Scientific publication performance of Turkish anesthesia clinics in high impact factor international journals between 2005 and 2014: A bibliometric analysis. *Turkish Journal of Anaesthesiology and Reanimation*, 45 (1), 16-31. <https://doi.org/10.5152/TJAR.2016.16680>
- Zanakis, S. H., & Becerra-Fernandez, I. (2005). Competitiveness of nations: A knowledge discovery examination. *European Journal of Operational Research*, 166(1), 185-211.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

Geliş Tarihi:

01.02.2022

Kabul Tarihi:

05.11.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Ahmad S. M., Nebati E. E., Koç N., & Acar M. F. (2022). Analytic network process approach for evaluating sustainable supply chain management. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1032-1054. doi: 10.46928/iticusbe.1066741

ANALYTIC NETWORK PROCESS APPROACH FOR EVALUATING SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Araştırma

Sani Muhammad Ahmad  

saniahmady50@gmail.com

Emine Elif Nebati  

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi



emine.nebati@izu.edu.tr

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Nur Koç  

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

nur.koc@ikcu.edu.tr

Mehmet Fatih Acar  

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

mehmet.fatih.acar@ikcu.edu.tr

Sani Muhammad AHMAD, bağımsız araştırmacıdır. Endüstri Mühendisliği alanında yüksek lisans derecesine sahiptir.

Emine Elif NEBATİ, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Endüstri mühendisliği öğretim üyesidir. Endüstri mühendisliği alanında dersler vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

Nur KOÇ, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik bölümünde Araştırma Görevlisi'dir. Uluslararası ekonomi alanında araştırmalar yapmaktadır.

Mehmet Fatih Acar, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü Doçent Dr. Öğretim Üyesidir. Üretim Yönetimi alanında dersler vermektedir.

ANALYTIC NETWORK PROCESS APPROACH FOR EVALUATING SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Sani Muhammad Ahmad
saniahmady50@gmail.com

Emine Elif Nebati
emine.nebati@izu.edu.tr

Nur Koç
nur.koc@ikcu.edu.tr

Mehmet Fatih Acar
mehmet.fatih.acar@ikcu.edu.tr

Abstract

Purpose – The aim of this study is to list the effective factors for improving sustainable supply chain management (SSCM) performance and to determine the most appropriate alternative activity.

Methodology/approach – The data used in the study were obtained through face-to-face interviews with business managers working in various manufacturing industries and a literature review. With the Analytic Network Process (ANP) method, the factors that affect supply chain management are prioritized and alternatives are evaluated. Fifteen sub-criteria and five alternatives are identified in the study.

Findings – Proposal of decision support model is presented for a SSCM with ANP. The result of the study shows the main driving powers for achieving sustainable supply chains for environmental, economic and social perspective.

Originality – With the increasing negative effects of industrialization, multinational companies have become more important for SSCM. In today's competitive environment, companies should develop an efficient and integrated supply chain management to meet customer satisfaction. The model in this study includes sustainable supply chain management criteria related with economic, social and environmental regulations. This model contributes to operations management literature with showing the how organizations can evaluate their operations in terms of sustainability.

Keywords: Analytic Network Process, Sustainable Supply Chain Management, Manufacturing Industry

JEL Classification: C50, M11, C23

SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ İÇİN ANALİTİK AĞ SÜRECİ YAKLAŞIMI

Özet

Amaç– Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi performansını iyileştirmede etkili faktörleri listelemek ve en uygun alternatif faaliyeti belirlemektir.

Yöntem– Çalışmada kullanılan veriler değişik imalat sektörlerinde çalışan işletme yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler ve literatür taraması yoluyla elde edilmiştir. Çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Analitik Ağ Süreci (AAS) yöntemi ile tedarik zinciri yönetimini etkileyen faktörlere öncelik verilmiş ve alternatifler değerlendirilmiştir. On beş alt kriter ve beş alternatif belirlenmiştir.

Bulgular – AAS ile sürdürülebilir bir tedarik zinciri yönetimi için karar destek modeli önerisi sunulmuştur. Çalışmanın sonucu, çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan sürdürülebilir tedarik zincirlerine ulaşmak için ana itici güçleri göstermektedir.

Özgünlük– Sanayileşmenin artan olumsuz etkileri ile birlikte çok uluslu şirketler sürdürülebilir tedarik zinciri için daha önemli hale gelmiştir. Günümüz rekabet ortamında şirketler, müşteri memnuniyetini karşılamak için verimli ve entegre bir tedarik zinciri yönetimi geliştirmelidir. Bu çalışmadaki model; ekonomik, sosyal ve çevresel düzenlemelerle ilgili sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi kriterlerini içermektedir. Bu model, kuruluşların faaliyetlerini sürdürülebilirlik açısından nasıl değerlendirebileceklerini göstererek operasyon yönetimi literatürüne katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Analitik Ağ Süreci, Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi, İmalat Sanayi

JEL Sınıflandırması: C50, M11, C23

INTRODUCTION

Sustainability has become a popular topic of recent years and is increasingly gaining more and more attention in academia, industry, governmental institutions as well as non-governmental organisations (NGOs). The negative impact of industrialization affects human life and society in different ways such as toxic air, global warming and greenhouse emissions, forest deforestation, acid rain, radioactive emission and etc. Meanwhile, most of the developed countries are busy competing to be industrialized, while the negativities are still deteriorating human life despite all the measures that are taken. Still, the rate remains increasing dramatically, so efforts need to be doubled (Büyüközkan and Çiftçi, 2012).

In recent years, the world has been looking for different strategies to improve its environmental, social and economic activities to fight against the negative impact of industrialization, and one among the strategies is by implementing a sustainable supply chain management approach (SSCM). Sustainable supply chain management is one of the best strategies that help any organization to win against their competitors by cutting up risk, improving a quality standard, eco-friendly, quality of life, labour equity, employee health care etc.

Furthermore, based on research we have made so far in this area, we decided to use an integrated framework for evaluating sustainable supply chain management using multi-criteria decision-making tool Analytic Network Process (ANP). It is hoped that it will guide strategic decisions in sustainable supply chain management by ranking the encountered factors and alternative options according to their importance. Moreover, the method helps decision-makers to find an appropriate method for achieving sustainable supply chain management. To simplify and facilitate this method, we suggest a multi-level procedure for constructing ANP model which can be of significant help for companies seeking to gain more insight and understanding of the models under proposal. ANP, is a method that takes into account the relationships and ties between the factors and provides feedback. we decided to use an integrated framework for evaluating sustainable supply chain management using multi-criteria decision-making tool Analytic Network Process (ANP). The reason for using this method is that the criteria take into account the interaction between them as internal and external dependency. Also, it is the evaluation of feedback. It is hoped that it will guide strategic decisions in sustainable supply chain management by ranking the encountered factors and alternative options according to their importance. However, the method helps decision-maker to find an appropriate method for achieving sustainable supply chain management. To simplify and facilitate this method, we suggest a various levelled procedure for constructing ANP model which can be of significant help for companies seeking to gain more insight and understanding of the models under proposal. ANP, is a method that takes into account the relationships and ties between the factors and provides feedback. In the development of sustainable supply chain management performance, alternatives need to be evaluated. In this process, researchers often prefer multi-criteria decision making techniques.

Govindan et al. (2020) proved that sustainability will lead to improvement of business performance. He also emphasized that it should be noted that investment in environmentally sustainable practices in developing countries yields better results than in developed economies (Govindan et al., 2020; Wang and Dai, 2018; Aljoghaiman et al., 2020). Contributions of this study are;

- Improve sustainable supply chain management performance
- Identify the importance of main and sub-criteria concerning sustainable supply chain management and investigate the inter-relationship among sustainability enablers
- Conserve natural resources and make a better world for human lives
- Identify the alternatives, criteria and dimensions scores while ranking, to evaluate alternatives based on proposed enablers via analytic network process approach

Sustainable supply chain management help any organization to win against their competitors by cutting up risk, improving a quality standard, eco-friendly, quality of life, labour equity, employee, health care etc. Natural resources can be protected by preventing inefficient waste treatment, changes in consumer preferences, and improper discharge of solid wastes (Moktadir et al., 2021). The application has been carried out comprehensively with real data. Thus, it is hoped that it will contribute to the company's ability to catch up with sustainable supply chain management developments, to gain sustainable competitive advantage and to improve its current situation.

LITERATURE REVIEW

Today, a lot of companies, governmental institutions and non-governmental organisations (NGOs), are working tightly to overcome the negative impact of industrialization. Sustainable supply chain management can be defined as a process of minimizing, reducing or cutting up risks in the supply chain. These risks can be classified into social, economic and environmental such as pollution, waste management, depletion of the resource, inflation of energy cost and products liability (Campos-Guzmán et al., 2019). The idea of sustainable supply chain management was brought up the 1980s (Cooper et al., 1997) that comprised three main dimensions social, economic and environmental, these dimensions have to be met by any organizations before achieving sustainable supply chain management (Seuring and Müller, 2008). However, a lot of companies find it difficult to reach sustainable supply chains, despite all efforts they put because of the absence of balancing natural environment and society to companies' duties (Carter and Rogers, 2008). The worst case is, most of the companies neglect social dimension as one of the main criteria for achieving sustainability since it does not have a direct contribution to companies' financial benefit (Walley and Whitehead, 1994). Seuring and Müller (2008) reviewed 191 papers on sustainable supply chain management issued from 1994 to 2007 and most of them focus on two dimensions: environmental and economic, only a few discussed on the social dimension.

Since the beginning of world, a lot of scholars and researchers are busy writing theories on how people are going to make decisions. However, different concepts have been used but the popular one is using multi-criteria decision making (MCDM) (Triantaphyllou, 2000). MCDM is classified in two categories which is: multi-objective decision making (MODM) and multi attribute decision making (MADM) that can be used based on data types (Tzeng and Huang, 2011). MCDM deals with optimizing objection function with some constraints as well as decision variables using mathematical modelling, while MADM focus on attribute comparison and selection between different alternatives. However, in order to solve real-life problems, it consists of fuzzy logic, utility system and preference modelling (Figueira and Ehrgott, 2005). Besides, MADM can be classified into three classes; fuzzy integral, outranking methods and Multi-Attribute Utility Theories, MADM methods includes Analytic Network Hierarchy (ANP) and Analytic Hierarchy Process (AHP) are the most popular approach (Saaty and Vargas, 2006). Kainuma et al. (2006) published a multi-attribute theory based on green supply chain where supply chain performance can be evaluated from an environmental viewpoint apart from a managerial perspective. Another approach was presented by Büyüközkan and Çifçi (2012) for evaluating green supply chain management using the fuzzy analytic network process (FANP). In the study, all alternatives (for example, carbon taxing, employees training program and incentives for cooperation) were evaluated with different clusters: green logistics (reverse logistics, distribution and production), organizational performance (delivery flexibility, quality and cost) and green organizational activities (recycling, remanufacture and reuse. Rostamzadeh et al. (2018) developed an approach for evaluating supply chain risk management using fuzzy Topsis in which they figured out seven main criteria and forty-four sub-criteria at their final evaluation. Some of the sub-criteria they considered include government policy risks, improper sewage disposal, and economic issues. Kumar et al. (2020) raised a study that contributes to the aviation industry, looking at how the environmental issues are gaining more attention especially in modern societies. With the concerned of environmental sustainability and its degradation of Bangladesh industries, Suhi et al. (2019) addressed this issue based on Best Worst Method approach, in which they weighted and assessed several industrial activities and at the end, they revealed that waste management contribute more for achieving a sustainable environment. However, Sarkis et al. (2019) reveals that customers awareness and environmental information of the company has a significant influence on sustainable performance for achieving sustainability. In addition, their analysis suggests that it has an impact on stakeholder's commitment. Furthermore, a Fuzzy Multi-Criteria Decision Making methods was used by Padhi et al. (2018) to reveal top processes of supply chain management such as efficient technology, strategic sourcing, sustainable design and development.

METHODOLOGY

Some of the real problems are too complex and difficult to model and solve using Analytic Hierarchy Process (AHP) approach due to some interdependent relationships and connection from different stages. However, as a result of goals, criteria and sub-criteria cannot be modelled using a simple approach, Analytic Network Process approach might be the perfect approach in this case rather than AHP approach. The ANP method, developed by Thomas L. Saaty, is one of the most frequently used decision-making methods (Saaty and Vargas, 2006). In the ANP method, relationships between all main criteria, sub-criteria and alternatives are defined.

ANP is a tool for solving different decision-making cases based on requisite and vision relations, in which the criteria, sub-criteria and alternatives are treated equally during nodes assessment. Each node should be compared to other nodes as long as there is a relation in between and then grouped into clusters. The relationship arc is directly connected to each cluster based on the connectivity network, where an eigenvalue and pairwise comparisons will follow by between node and node in the clusters, then between clusters. Unlike other decision making methods, these relationships are modeled to form a network structure. With the network structure created, the relations of the factors with each other are taken into account. ANP allows for more complex interrelationships among the decision levels and attributes. ANP does not require this strictly hierarchical structure. Interdependencies may be represented by two way arrows (or arcs) among levels or if within the same level of analysis, a looped arc. The directions of the arcs signify dependence, arcs emanate from an attribute to other attributes that may influence it (Jayant, 2016).

The function of ANP is to determine and consider the relationship of a network structure with a high degree of interdependence. “Most complex real-world decision-making problems have numerous interdependent elements that can be captured and processed utilizing the feedback and interaction capabilities of an ANP model” (Saaty and Ozdemir, 2021; Tjader et al., 2014). Thus, this method is more appropriate for the economic valuation of natural areas.

In this study we used pairwise comparisons where the scale ranges from one to nine, in which scale one has similar important while scale nine shows that an alternative is more important than a given node, then converted into super matrix in Table 1. Finally, an alternative with highest scores is chosen. Steps of method are given below. (Dağdeviren et al., 2013).

Step 1: Defining the Decision Making Problem and Creating the Network Model

Step 2: Determining the relationships between the criteria

Step 3: Pair-wise comparison between criteria and calculating priority values

Step 4: Calculating Consistency

Step 4: Creating Supermatrices

Step 5: Determining the Most Appropriate Alternative

Table 1. Pair-Wise Comparison Scale

Value	Definition	Explanation
1	Equal	Two indicators contribute equally to the objective
3	Marginally strong	Experience and judgement slightly in favor of one indicator over
5	Strong	Experience and judgement strongly in favor of one indicator over another
7	Very strong	An indicator is favored very strongly over another; its dominance demonstrated in practice.
9	Extremely strong	Evidence favoring one indicator over another is of the highest possible order of affirmation.
2,4,6,8	Intermediate values to reflect fuzzy inputs	Compromises/between

Reference: (Saaty and Vargas, 2006)

The second type of analysis to be used is sensitivity analysis. Sensitivity analysis is one of the most important steps that support a decision in which a decision-maker is attentive to know what might affect his/her decision when some changes happen to key factors. The main aim of sensitivity analysis is to validate and stabilize the changes in key factors or parameters so as to get a perfect final decision. Therefore, we conducted three experiments by weighing environmental, economic and social criteria as (0.33, 0.33, 0.33) for Exp1, (0.5, 0.3, 0.2) for Exp2 and (0.8, 0.1, 0.1) for Exp3 respectively.

ANALYSIS

Problem Definition

The proposed approach with ANP which can provide new structural models for evaluating sustainable supply chain alternatives. However, the main principle of this study is to explore two problems. The first one is to identify and model the main enablers for sustainable supply chains. Sustainable supply chains enablers can be any elements or components that induce a supply chain to become sustainable, like environmental quality management, governmental regulations, adoption to green practices and so on. The second one is dealing with sustainable supply chains alternatives, which we used ANP to select the best alternatives by considering the highest scores.

Data Collection

All the data used in this study were collected from three different sources. Firstly; we collected data from SMEs and the businesses have less than 250 employees. The manufacturing companies such as; food, beverage, furniture industry etc. Secondly; we examined comprehensive relevant literature

reviews, Finally, we met with qualified supply chain management experts. The following are the process of the steps for evaluating sustainable supply chains.

Identify the Best Alternatives for Sustainable Supply Chains

The sustainable supply chain alternatives were selected based on literature reviews and interview with qualified supply chain management professors. in Table 2. The alternatives details are as follows:

Tax on carbon emission (A1): The rate of environmental problem is continuously growing as a result of a high increase in burning fuels like natural gas, petrol and coal. Tax on carbon emission is one of the best ways of achieving a sustainable supply chain by taxing burning fossil fuels based on carbon content.

Collaboration incentives on sustainability (A2): Collaboration incentives is the fastest way of creating awareness to supply chain partners for achieving a sustainable supply chain management, sometimes people tend to be reluctant when it comes to sharing information, and this cause a big drawback for achieving sustainability, but with collaboration, it will reduce some negativity and increase satisfaction.

Employee training programs on sustainability (A3): Training and skills contribute immensely toward employees’ lifestyle for achieving social sustainability, quality of life, equity, health care, low risk, efficient and effectiveness.

Management commitment (A4): The first stage of achieving sustainability for any company is the adaption by the top management. Management training plays a vital role in achieving sustainability by educating and showing them the advantages of it to their companies’ benefits as well as the failure of implementing.

Public campaigns (A5): Public campaigns and enlightenments is another strategy that contributes toward achieving sustainability by conducting training camps, incentives rewards for green practices and green certificate award.

Table 2. Alternatives (Practices) for Sustainable Supply Chains

Practices	References
Tax on carbon emission (A1)	(Babagolzadeh et al., 2020: 102245), (Huang et al., 2020: 106207.), (Yu et al., 2019:218)
Collaboration incentives (A2)	(Todeschini et al., 2020:1), (Chen et al., 2017: 73)
Training programs for employees (A3)	(Jerónimo et al., 2019: 413), (Kay et al., 2018:909)
Management commitment (A4)	(Abbas, 2020: 118806), (Gianni et al., 2017:1297)
Public campaigns (A5)	(Luthra et al., 2015:339), (Walker et al., 2008: 69)

Identify the Main Criteria for Sustainable Supply Chains

The main criteria and pillars of a sustainable supply chain depend on three factors namely: social, economic and environmental, and these criteria can be divided into sub-criteria-based methodology and assessment objectives. However, among the main criteria, environmental sustainability is considered as the main pillar that has a direct or indirect effect on social and economic enablers.

Environmental Sustainability Sub-Criteria

Environmental Sustainability is considered as a word biggest problem and named as the main pillar among other sustainable supply chain criteria. In Table 3, based on literature review and citations we selected five sub-criteria under environmental sustainability as follows: adoption of environmental standards (EV1), environmental quality management (EV2), governmental regulations (EV3), government rewards and incentives (EV4) and adoption of green practices (EV5).

Adoption of environmental standards (EV1): Adoption of environmental standards is an important element of environmental sustainability. It means that minimizing negative effects of companies' activities to ecosystem via replacing of fossil energy, energy saving, usage of renewable materials, decrease of solid waste, water savings etc.

Environmental quality management (EV2): It is another criterion under the sustainability of the environment. A general term, "environmental quality" can relate to a variety of factors. These factors are humans, animals, plants, clean water and air, among other things. Environment quality management term is used to define the management of entire system.

Governmental regulations (EV3): Other criteria that aids in achieving sustainability is governmental regulations. All actions in industries are shaped by government policies and legislations.

Government rewards and incentives (EV4): Governments and other organizations' incentives and awards of businesses are key sub-criteria in environmental sustainability. As an illustration, the United Nations Global Compact helps businesses in establishing more socially, ecologically, and economically sustainable processes.

Adoption of green practices (EV5): Another sub-criteria that contributes to environmental sustainability is the actions taken by businesses to reduce the harm they do to the environment, from procurement to production and distribution. Applications like green production, distribution, and supply chain reversal are examples.

Table 3. Environmental Sustainable Supply Chain Management

Sub-criteria	References
Adoption of environmental standards (EV1)	(Cruz and Wakolbinger, 2008:61), (Gunasekaran and Spalanzani, 2012:35)
Environmental quality management (EV2)	(Gunasekaran and Spalanzani, 2012:35), (Mani et al., 2016:42)
Governmental regulations (EV3)	(Porter and Scully, 1995:17), (Ellegood et al., 2020: 102056)
Government rewards and incentives (EV4)	(Todeschini et al., 2020:106), (Abbas, 2020: 118806)
Adoption of green practices (EV5)	(Jerónimo et al., 2019), (Cruz and Wakolbinger, 2008:61), (Gunasekaran and Spalanzani, 2012:35)

Economic Sustainability Sub-Criteria

The economic sustainability is named as the biggest apparent problem, In Table 4, we identified five sub-criteria under it based on previous studies namely: collaborative partnerships (EC1), management of risk (EC2), strategic management (EC3), sharing information (EC4) and technology efficiency (EC5).

Collaborative partnerships (EC1): Supply chain collaboration is a vital issue for organizations looking for achieving their economic sustainability goals. Companies can work more effectively with their collaborative partners so that economic sustainability can be achieved through cooperation.

Management of risk (EC2): Risks are part of life and cannot be completely eliminated. But it is possible to minimize the risks. Managing the process by identifying and considering long-term risks is important for economic sustainability.

Strategic management (EC3): Strategic management is another sub – criteria of economic sustainable. It means that processing of determining purposes and procedures to make an organization or corporation more vying.

Sharing information (EC4): Information sharing is a way to generate a more effective dialogue between all partners. In this way, the possible negative effects that may arise due to asymmetric information are minimized and create positive effects in the context of economic sustainability.

Technology efficiency (EC5): The share of technological developments in sustainability is undeniable. The term sustainable technology, which is frequently mentioned today; are modern technologies that address and promote sustainability with its environmental, economic and social dimensions. Sustainable buildings, which minimize energy consumption, biofuels, solar energy systems contribute to the sustainability of technology.

Table 4 . Economic Sustainable Supply Chain Management

Sub-criteria	References
Collaborative partnerships (EC1)	(Todeschini et al., 2020: 1), (Chen et al., 2017: 73)
Management of risk (EC2)	(Cruz, 2008: 1005), (Panda, 2014:92)
Strategic management (EC3)	(Yadavalli et al., 2019), (Dai et al., 2021)
Sharing information(EC4)	(Faisal, 2010:508), (Vachon, 2007:4357)
Technology efficiency (EC5)	(Chen et al., 2017: 73), (Dai et al., 2021: 598)

Social Sustainability Sub-Criteria

In Table 5, Five sub-criteria are selected based on reviews under social sustainability are quality of life, (SO1), labour equity (SO2), strategic planning (SO3), employee healthcare (SO4) and voice of customer (SO5).

Quality of life (SO1): Numerous factors that influence living standards are included by the quality of life criterion. The topics that determine life quality include, for instance, the ability to meet basic requirements, access to opportunities for education, and access to healthcare.

Labour equity (SO2): Another important sub-criterion of social sustainability is workers' rights. Ensuring employee rights, fair working conditions, unionization opportunities are part of social sustainability.

Strategic planning (SO3): Other sub – criteria that contributes in achieving social sustainability is strategic planning. Strategic plans aid in defining the course that a business should take, setting attainable goals that are consistent with the related vision and mission.

Employee healthcare (SO4): Employee healthcare is an important factor in the context of social sustainability. Issues such as health, cleanliness and safety in workplaces affect the social sustainability.

Voice of customer (SO5): One of the most crucial stakeholders for businesses is their customers. Another strategy to achieve social sustainability is to consider the demands of the consumers, their experiences, their thoughts and suggestions, and their comments and expectations.

Table 5. Social Sustainable Supply Chain Management

Sub-criteria	References
Quality of life (SO1)	(Carter and Jennings, 2002: 37), (Mani et al., 2016:42)
Labour equity (SO2)	(Carter and Jennings, 2002: 37), (Mani et al., 2016:42)
Strategic management (SO3)	(Lechler et al., 2019:64), (Melkonyan et al., 2019:144)
Employee healthcare (SO4)	(Mani et al., 2016:42) , (Melkonyan et al., 2019:144)
Voice of customer (SO5)	(Yadavalli et al., 2019: 100113), (Dai et al., 2021: 598)

The figure presents the proposed ANP model for evaluating sustainable supply chain management using Super Decision Software.

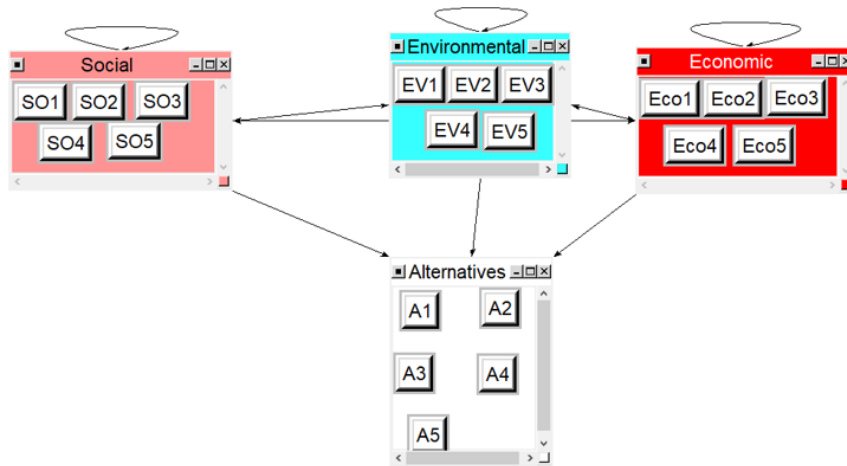


Figure 1. Proposed ANP model

Table 6 shows the list of main and sub-criteria of sustainable supply chain management and shows the percentage weights of overall, within the cluster, and the importance cluster weights.

Table 6. Scores of ANP analysis

	Sub-criteria	Overall (%)	Within cluster (%)	Cluster weight (%)
Alternatives Criteria	A1: Tax on carbon emission	4.71	20.39	23.08
	A2: Collaboration incentives on sustainability	3.06	13.24	
	A3: Training programs for employees	4.48	19.39	
	A4: Management commitment	5.79	25.09	
	A5: Public campaigns	5.05	21.89	
Environment Criteria	ENV1: Adoption of environmental standards	11.92	34.90	34.17
	ENV2: Environmental quality management	10.30	30.14	
	ENV3: Governmental regulations	4.11	12.04	
	ENV4: Government rewards and incentives	2.26	6.63	
	ENV5: Adoption of green practices	5.57	16.30	
Economic Criteria	EC1: Collaborative partnerships	5.51	15.37	35.87
	EC2: Management of risk	5.01	13.98	
	EC3: Strategic management	5.83	16.25	
	EC4: Sharing information	12.05	33.59	
	EC5: Technology efficiency	7.47	20.82	
Social	SO1: Quality of life	3.73	54.28	6.88

SO2: Labour equity	0.33	4.76
SO3: Strategic management	1.06	15.46
SO4: Employee healthcare	0.56	8.18
SO5: Voice of customer	1.19	17.33

Table 7 presents the result obtained from ANP, where the total column shows the alternative score obtained from the limit matrix table while the normal column shows the normalized alternative scores. The Ideal column shows the final result of alternatives by dividing the alternative scores with the highest alternative scoring and the last column shows alternative rankings.

Table 7. Alternative Rankings From ANP

Alternatives	Total	Normal	Ideal	Ranking
Tax on carbon emission (A1)	0.0471	0.2039	0.8124	3
Collaboration incentives (A2)	0.0306	0.1324	0.5278	5
Training programs for employees (A3)	0.0448	0.1939	0.7728	4
Management commitment (A4)	0.0579	0.2509	1.0000	1
Public campaigns (A5)	0.0505	0.2189	0.8722	2

Table 8 shows the sensitivity analysis experiments where the ranking of the alternatives stayed unaltered when the criteria load or weights varied. Therefore, showing that this model is indifferent to criteria weights variations.

Table 8. Different Criteria Weights of Sensitivity Analysis

Alternatives	Weights (Evn, Ec, So)		
	Exp1	Exp2	Exp3
	(0.33, 0.33, 0.33)	(0.5, 0.3, 0.2)	(0.8, 0.1, 0.1)
Tax on carbon emission (A1)	0.35089	0.24716	0.13931
Collaboration incentives (A2)	0.22795	0.16056	0.0905
Training programs for employees (A3)	0.33381	0.23513	0.1325
Management commitment (A4)	0.43192	0.30424	0.1714
Public campaigns (A5)	0.37673	0.26537	0.1495

CONCLUSIONS

In this research, we proposed a decision support method using a multi-criteria decision-making tools for a government and companies to evaluate sustainable supply chain management, using a framework of analytic network process to select the best a practice for supply chain management. We focused on three enablers environment, economic and social for sustainable supply chain evaluation. However, based on our model, we considered social enabler as one of the main criteria due to been ignored or been imaged in the environmental enabler. Hence, this model is well design and intact that can assist companies to evaluate their supply chain management practices by improving the performance, monitoring and benchmarking. Our research has two main findings as follows:

The result of the study shows the main driving powers for achieving sustainable supply chains are quality management, strategic management, sharing information, technology efficiency and voice of customers. Moreover, this result agrees with most of the literature reviews used in this study and to be precisely Seuring and Müller who insisted mainly on government, customers and stakeholders (Seuring and Müller, 2008: 1699).

From alternatives views, the result shows management commitment for corporate sustainability, public campaigns on sustainability, tax on carbon emission, training programs for employees on sustainability and collaboration incentives on sustainability are the top-ranking scores for reaching sustainable supply chain management.

However, to develop an ANP model from scratch that has some complex relationships and interdependencies is not an easy task for a decision-maker concerning sustainable supply chains, it requires expert analyst help and well set of data with maximum attention before achieving the objectives. Finally, the study was made based on the general context, but the proposed approach and methodologies are good enough to be applied in other sectors.

In this study, the model was built based on experts' assessment and using the available literature reviews, but different companies might have a different way of assigning weights and priorities for their supply chains. Therefore, there is a need for professionals and experts to help to provide an accurate weighting and assessment for evaluating alternatives and criteria. Also, there is a room for adding more alternatives and sub-criteria based on companies' standard and perspectives. All we do was considering data that may generally represent the industries' supply chains, and due to the interaction with limited supply chains expert, the final result might change with the number of participants.

The future study would involve the use of different criteria and the correlation between the existing result to validate the interpretive structural modelling (ISM)-ANP method using comparisons. Furthermore, to develop intelligent decision support software to ease these difficulties.

REFERENCES

- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate sustainability through the mediating effect of knowledge management. *Journal Of Cleaner Production*, 244, 118806. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118806>.
- Aljoghaiman, A., Saad, M. & Kumar, V. (2020). *Investigating the motivators, barriers and enablers associated with the implementation of sustainable supply chain in Saudi manufacturing industry. 3rd IEOM European International Conference On Industrial Engineering And Operations Management*. Retrieved from <https://uwe-repository.worktribe.com/output/850732>.
- Babagolzadeh, M., Shrestha, A., Abbasi, B. & Zhang, Y. (2020). Sustainable cold supply chain management under demand uncertainty and carbon tax regulation. *Transportation Research Part D*, 80, 102245. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2020.102245>.
- Büyüközkan, G. & Çifçi, G. (2012). Evaluation of the green supply chain management practices: a fuzzy ANP approach. *Production Planning and Control*, 23(6), 405-418. <https://doi.org/10.1080/09537287.2011.561814>.
- Carter, C. R. & Rogers, D. S. (2008). *A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. International Journal of Physical Distribution And Logistics Management*, 38, 360–387. <https://doi.org/10.1108/09600030810882816>.
- Carter, C. R. & Jennings, M. M. (2002). Social responsibility and supply chain relationships. *Transportation research part E: Logistics And Transportation Review*, 38(1), 37-52. [https://doi.org/10.1016/S1366-5545\(01\)00008-4](https://doi.org/10.1016/S1366-5545(01)00008-4).
- Campos-Guzmán, V., García-Cáscales, M. S., Espinosa, N. & Urbina, A. (2019). Life cycle analysis with multi-criteria decision making: a review of approaches for the sustainability evaluation of renewable energy technologies. *Renewable And Sustainable Energy Reviews*, 104, 343-366. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.01.031>.
- Chen, L., Zhao, X., Tang, O., Price, L., Zhang, S. & Zhu, W. (2017). Supply chain collaboration for sustainability: a literature review and future research agenda. *International Journal Of Production Economics*, 194, 73-87. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2017.04.005>.
- Chen, J. Y., Dimitrov, S. & Pun, H. (2019). The impact of government subsidy on supply chains' sustainability innovation. *Omega*, 86, 42-58. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2018.06.012>.
- Cruz, J. M. (2008). Dynamics of supply chain networks with corporate social responsibility through integrated environmental decision-making. *European Journal Of Operational Research*, 184(3), 1005-1031. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2006.12.012>.
- Cruz, J. M. & Wakolbinger, T. (2008). Multiperiod effects of corporate social responsibility on supply chain networks, transaction costs, emissions, and risk. *International Journal Of Production Economics*,

116(1), 61-74. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118806>.

- Cooper, M. C., Lambert, D. M. & Pagh, J. D. (1997). Supply chain management: more than a new name for logistics. *The International Journal Of Logistics Management*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/09574099710805556>.
- Dağdeviren, M., Dönmez, N. & Kurt, M. (2013). Bir işletmede tedarikçi değerlendirme süreci için yeni bir model tasarımı ve uygulaması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 21 (2), 247-255. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gazimmfd/issue/6668/89359>.
- Dai, R., Liang, H. & Ng, L. (2021). Socially responsible corporate customers. *Journal Of Financial Economics*, 142(2), 598-626. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2020.01.003>.
- Ellegood, W. A., Solomon, S., North, J. & Campbell, J. F. (2020). School bus routing problem: contemporary trends and research directions. *Omega*, 95, 102056. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2019.03.014>.
- Faisal, M. N. (2010). Sustainable supply chains: a study of interaction among the enablers. *Business Process Management Journal*, 16(3), 508–529. <https://doi.org/10.1108/14637151011049476>.
- Figueira, J., Greco, S. & Ehrgott, M. (Eds.). (2005). *Multiple criteria decision analysis: state of the art surveys*. New York, NY: Science And Business Media Springer, 78. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-1-4939-3094-4.pdf>.
- Gianni, M., Gotzamani, K. & Tsiotras, G. (2017). Multiple perspectives on integrated management systems and corporate sustainability performance. *Journal Of Cleaner Production*, 168, 1297-1311. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.061>.
- Govindan, K., Mina, H., & Alavi, B. (2020). A decision support system for demand management in healthcare supply chains considering the epidemic outbreaks: a case study of coronavirus disease 2019 (COVID-19). *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 138, 101967. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.101967>.
- Gunasekaran, A. & Spalanzani, A. (2012). Sustainability of manufacturing and services: investigations for research and applications. *International Journal Of Production Economics*, 140(1), 35-47. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.011>.
- Huang, Y. S., Fang, C. C. & Lin, Y. A. (2020). Inventory management in supply chains with consideration of logistics, green investment and different carbon emissions policies. *Computers & Industrial Engineering*, 139, 106207. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106207>.
- Jayant, A. (2016). An application of analytic network process (anp) to evaluate green supply chain management strategies: a case study. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 57, p. 03003). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/mateconf/20165703003>.
- Jerónimo, H. M., Henriques, P. L., de Lacerda, T. C., da Silva, F. P. & Vieira, P. R. (2020). Going green and sustainable: the influence of green hr practices on the organizational rationale for sustainability.

Journal Of Business Research, 112, 413-421. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.036>.

- Kainuma, Y. & Tawara, N. (2006). A multiple attribute utility theory approach to lean and green supply chain management. *International Journal Of Production Economics*, 101(1), 99-108. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2005.05.010>
- Kay, M. J., Kay, S. A. & Tuininga, A. R. (2018). Green teams: a collaborative training model. *Journal Of Cleaner Production*, 176, 909-919. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.032>
- Kumar, A., Aswin, A. & Gupta, H. (2020). Evaluating green performance of the airports using hybrid BWM and VIKOR methodology. *Tourism Management*, 76, 103941. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.016>
- Lechler, S., Canzaniello, A. & Hartmann, E. (2019). Assessment sharing intra-industry strategic alliances: effects on sustainable supplier management within multi-tier supply chains. *International Journal Of Production Economics*, 217, 64-77. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.01.005>
- Luthra, S., Garg, D. & Haleem, A. (2015). Critical success factors of green supply chain management for achieving sustainability in indian automobile industry. *Production Planning & Control*, 26(5), 339-362. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.01.005>
- Mani, V., Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., Hazen, B. & Dubey, R. (2016). Supply chain social sustainability for developing nations: evidence from India. *Resources, Conservation And Recycling*, 111, 42-52. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2016.04.003>
- Melkonyan, A., Krumme, K., Gruchmann, T., Spinler, S., Schumacher, T. & Bleischwitz, R. (2019). Scenario and strategy planning for transformative supply chains within a sustainable economy. *Journal Of Cleaner Production*, 231, 144-160. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.222>
- Padhi, S. S., Pati, R. K. & Rajeev, A. (2018). Framework for selecting sustainable supply chain processes and industries using an integrated approach. *Journal Of Cleaner Production*, 184, 969-984. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.306>
- Panda, S. (2014). Coordination of a socially responsible supply chain using revenue sharing contract. *Transportation Research Part E: Logistics And Transportation Review*, 67, 92-104. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2014.04.002>
- Paul, S. K., Chowdhury, P., Moktadir, M. A., & Lau, K. H. (2021). Supply chain recovery challenges in the wake of COVID-19 pandemic. *Journal Of Business Research*, 136, 316-329. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.07.056>
- Porter, P. K., & Scully, G. W. (1995). Institutional technology and economic growth. *Public Choice*, 82(1), 17-36. <https://doi.org/10.1007/BF01047727>
- Rostamzadeh, R., Ghorabae, M. K., Govindan, K., Esmaili, A. & Nobar, H. B. K. (2018). Evaluation of sustainable supply chain risk management using an integrated fuzzy TOPSIS-CRITIC approach.

Journal Of Cleaner Production, 175, 651-669. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.071>

- Saaty, T. L., & Ozdemir, M. S. (2021). *The Encyclicon-Volume 1: A dictionary of decisions with dependence and feedback based on the analytic network process*. RWS Publications. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/258258276_The_Encyclicon_A_Dictionary_of_Decisions_with_Dependence_and_Feedback_Based_on_the_Analytic_Network_Process
- Saaty, T. L. & Vargas, L. G. (2006). *Decision making with the analytic network process*. New York: Science + Business Media, LLC, Springer, 282. Retrieved from <https://link.springer.com/book/10.1007/978-1-4614-7279-7>
- Sarkis, J., Gonzalez, E. D. S. & Koh, S. L. (2019). Effective multi-tier supply chain management for sustainability. *International Journal Of Production Economics*, 217, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.09.014>
- Seuring, S. & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal Of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.04.020>
- Suhi, S. A., Enayet, R., Haque, T., Ali, S. M., Moktadir, M. A. & Paul, S. K. (2019). Environmental sustainability assessment in supply chain: an emerging economy context. *Environmental Impact Assessment Review*, 79, 106306. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2019.106306>
- Tjader, Y., May, J. H., Shang, J., Vargas, L. G., & Gao, N. (2014). Firm-level outsourcing decision making: a balanced scorecard-based analytic network process model. *International Journal Of Production Economics*, 147, 614-623. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2013.04.017>
- Todeschini, B. V., Cortimiglia, M. N. & de Medeiros, J. F. (2020). Collaboration practices in the fashion industry: environmentally sustainable innovations in the value chain. *Environmental Science & Policy*, 106, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2020.01.003>
- Triantaphyllou, E. (2000). *Multi-criteria decision making methods. In multi-criteria decision making methods: a comparative study*. Boston: Science and Business Media Springer, 5-21. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4757-3157-6_2
- Tzeng, G. H. & Huang, J. J. (2011). *Multiple attribute decision making: methods and applications*. Boca Raton, FI, USA: CRC Press. <https://doi.org/10.1201/b11032>
- Vachon, S. (2007). Green supply chain practices and the selection of environmental technologies. *International Journal Of Production Research*, 45(18-19), 4357-4379. <https://doi.org/10.1080/00207540701440303>
- Walley, N. & Whitehead, B. (1994). *It's not easy being green*. *Harvard Business Review*, 72, 46-52. Retrieved from <https://hbr.org/1994/05/its-not-easy-being-green>
- Walker, H., Di Sisto, L. & McBain, D. (2008). Drivers and barriers to environmental supply chain management practices: lessons from the public and private sectors. *Journal Of Purchasing And Supply*

Management, 14(1), 69-85. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2008.01.007>

Wang, J., & Dai, J. (2018). Sustainable supply chain management practices and performance. *Industrial Management & Data Systems*, 118(1), 2–21. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2016-0540>

Yadavalli, V. S., Darbari, J. D., Bhayana, N., Jha, P. C. & Agarwal, V. (2019). An integrated optimization model for selection of sustainable suppliers based on customers' expectations. *Operations Research Perspectives*, 6, 100113. <https://doi.org/10.1016/j.orp.2019.100113>

Yu, M. & Cruz, J. M. (2019). The sustainable supply chain network competition with environmental tax policies. *International Journal Of Production Economics*, 217, 218-231. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.08.005>

APPENDIX

Table 9. ANP Unweighted Matrix

ANP Unweighted Matrix

	A1	A2	A3	A4	A5	Eco1	Eco2	Eco3	Eco4	Eco5	EV1	EV2	EV3	EV4	EV5	SO1	SO2	SO3	SO4	SO5
A1						0.07944	0.07834	0.08130	0.08271	0.08353	0.13600	0.35938	0.36757	0.23489	0.36757	0.24410	0.08539	0.08359	0.12220	0.08441
A2						0.35446	0.13369	0.10670	0.11204	0.11976	0.09000	0.08430	0.08200	0.09388	0.24956	0.15375	0.11830	0.13203	0.09260	0.11167
A3						0.26901	0.23217	0.38990	0.17937	0.26844	0.17206	0.24852	0.18727	0.13705	0.08200	0.11090	0.40681	0.22818	0.39273	0.15718
A4						0.12595	0.38653	0.26852	0.34927	0.37977	0.37118	0.19356	0.24956	0.16795	0.18727	0.09506	0.22286	0.39631	0.21726	0.26386
A5						0.17114	0.16926	0.15358	0.27661	0.14851	0.23076	0.11425	0.11360	0.36623	0.11360	0.39620	0.16664	0.15990	0.17521	0.38288
Eco1	0.00000	1.00000	0.00000	0.00000	0.11722	0.00000	0.00000	0.25000	0.33333	0.00000										
Eco2	0.80000	0.00000	0.25000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.75000	0.00000	0.00000										
Eco3	0.20000	0.00000	0.00000	0.00000	0.26837	0.25000	1.00000	0.00000	0.00000	0.00000										
Eco4	0.00000	0.00000	0.00000	1.00000	0.61441	0.75000	0.00000	0.00000	0.00000	1.00000										
Eco5	0.00000	0.00000	0.75000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.66667	0.00000										
EV1	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.75000						0.00000	1.00000	0.75000	0.75000	0.00000					
EV2	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.25000						0.75000	0.00000	0.00000	0.00000	1.00000					
EV3	0.75000	0.00000	0.75000	0.25000	0.00000						0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000					
EV4	0.25000	0.75000	0.25000	0.00000	0.00000						0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000					
EV5	0.00000	0.25000	0.00000	0.75000	0.00000						0.25000	0.00000	0.25000	0.25000	0.00000					
SO1	0.80000	1.00000	0.80000	0.25000	0.16667											0.00000	1.00000	0.53961	1.00000	0.16821
SO2	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000											0.00000	0.00000	0.29696	0.00000	0.10133
SO3	0.00000	0.00000	0.00000	0.75000	0.00000											0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.23780
SO4	0.20000	0.00000	0.20000	0.00000	0.00000											0.00000	0.00000	0.16342	0.00000	0.08165
SO5	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.83333											0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.41100

Table 10. ANP Weighted Matrix

ANP Weighted Super Matrix																				
	A1	A2	A3	A4	A5	Eco1	Eco2	Eco3	Eco4	Eco5	EV1	EV2	EV3	EV4	EV5	SO1	SO2	SO3	SO4	SO5
A1						0.01589	0.01567	0.01626	0.01654	0.01671	0.04533	0.11979	0.12252	0.07830	0.12252	0.24410	0.02135	0.02090	0.03055	0.02110
A2						0.07089	0.02674	0.02134	0.02241	0.02395	0.03000	0.02810	0.02733	0.03129	0.08319	0.15375	0.02958	0.03301	0.02315	0.02792
A3						0.05380	0.04643	0.07798	0.03587	0.05369	0.05735	0.08284	0.06243	0.04568	0.02733	0.11090	0.10170	0.05704	0.09818	0.03929
A4						0.02519	0.07731	0.05370	0.06985	0.07595	0.12373	0.06452	0.08319	0.05599	0.06243	0.09506	0.05571	0.09908	0.05432	0.06596
A5						0.03423	0.03385	0.03072	0.05532	0.02970	0.07692	0.03808	0.03787	0.12208	0.03787	0.39620	0.04166	0.03997	0.04380	0.09572
Eco1	0.00000	0.31081	0.00000	0.00000	0.03643	0.00000	0.00000	0.20000	0.26667	0.00000										
Eco2	0.24865	0.00000	0.07770	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.60000	0.00000	0.00000										
Eco3	0.06216	0.00000	0.00000	0.00000	0.08341	0.20000	0.80000	0.00000	0.00000	0.00000										
Eco4	0.00000	0.00000	0.00000	0.31081	0.19097	0.60000	0.00000	0.00000	0.00000	0.80000										
Eco5	0.00000	0.00000	0.23311	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.53333	0.00000										
EV1	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.37004						0.00000	0.66667	0.50000	0.50000	0.00000					
EV2	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.12335						0.50000	0.00000	0.00000	0.00000	0.66667					
EV3	0.37004	0.00000	0.37004	0.12335	0.00000						0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000					
EV4	0.12335	0.37004	0.12335	0.00000	0.00000						0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000					
EV5	0.00000	0.12335	0.00000	0.37004	0.00000						0.16667	0.00000	0.16667	0.16667	0.00000					
SO1	0.15664	0.19580	0.15664	0.04895	0.03263											0.00000	0.75000	0.40471	0.75000	0.12616
SO2	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000											0.00000	0.00000	0.22272	0.00000	0.07600
SO3	0.00000	0.00000	0.00000	0.14685	0.00000											0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.17835
SO4	0.03916	0.00000	0.03916	0.00000	0.00000											0.00000	0.00000	0.12257	0.00000	0.06124
SO5	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.16317											0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.30825

Geliş Tarihi:

10.02.2022

Kabul Tarihi:

16.10.2022


Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Eti, H. S. (2022). Üst bilişsel farkındalığın reklam algısına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1055-1070. doi: 10.46928/iticusbe.1071259

ÜST BİLİŞSEL FARKINDALIĞIN REKLAM ALGISINA ETKİSİ

Araştırma

H. Selçuk Eti 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

hseti@nku.edu.tr

H. Selçuk Eti, 1997 yılı Anadolu Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü'nde mezun olan yazar, 2008 yılında Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. 2014 yılında aynı üniversitede, aynı anabilim dalında doktora eğitimini tamamlamıştır. 2016 yılından itibaren Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi'nde Dr. Öğr. Üyesi olarak görev yapan araştırmacının; dijital pazarlama, tüketici davranışları, sanat pazarlaması alanlarında yayınları bulunmaktadır.

ÜST BİLİŞSEL FARKINDALIĞIN REKLAM ALGISINA ETKİSİ

H. Selçuk ETİ
hseti@nku.edu.tr

Özet

Amaç: Bu araştırmada üst bilişsel farkındalığın reklam algısına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra, ilgili değişkenlerin katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterme durumları da incelenmiştir.

Yöntem: Araştırma ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Araştırma için seçilen örnekleme yöntemi basit tesadüfi örnekleme yöntemidir ve araştırmanın örneklemini bu yöntemle ulaşılan 312 üniversite öğrencisi teşkil etmektedir. Araştırmada veri toplamak amacıyla anket formu oluşturulmuştur. Anket formunda demografik bilgi formu, Üst Bilişsel Farkındalık Ölçeği ve Reklam Algısı Ölçeği yer almaktadır. Çalışma kapsamında betimsel istatistiksel analizler, korelasyon analizi, regresyon analizi, ANOVA ve t-testi analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Analizler neticesinde üst bilişsel farkındalığın bilgi vericilik, güvenilirlik ve ekonomiye yararlılık algıları üzerinde olumlu yönde; değer yozlaşması algısı üzerinde ise olumsuz yönde ve anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında katılımcıların üst bilişsel farkındalık ve reklam algısı seviyelerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi ve gelir düzeyine göre anlamlı şekilde farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Özgünlük: Katılımcıların sos-demografik özelliklerine göre, üst bilişsel farkındalığın reklam algısına etkisi ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Üst Bilişsel Farkındalık, Reklam, Algı

JEL Sınıflandırması: M37,G41.D91

THE EFFECT OF METACOGNITIVE AWARENESS ON ADVERTISING PERCEPTION

Abstract

Purpose: This study aims to examine the effect of metacognitive awareness on advertisement perception. In addition, the differences between the relevant variables according to the socio-demographic characteristics of the participants are also analyzed.

Method/Design/Methodology/Approach: The research is designed in a relational screening model. The study sample comprises 312 university students reached by a simple random sampling method. A questionnaire form is used to collect data in the research. The questionnaire includes demographic information, a Metacognitive Awareness Scale, and Advertising Perception Scale. Within the scope of the study, descriptive statistical analyzes, correlation analysis, regression analysis, t-test, and ANOVA analyzes are performed.

Findings: As a result of the analyses, metacognitive awareness positively affects the perceptions of informativeness, reliability, and economic usefulness. On the other hand, it has been determined that it has a negative and significant effect on the perception of value corruption. In addition, it was determined that the participants' metacognitive awareness and advertising perception levels differed significantly according to age, gender, marital status, income level, and education level.

Originality: According to the socio-demographic characteristics of the participants, the effect of metacognitive awareness on advertisement perception is revealed.

Keywords: Metacognitive Awareness, Advertisement, Perception.

JEL Classification: M37, G41, D91

GİRİŞ

Ürünleri değerlendirmek, tüketici karar verme sürecinin temel bir yönüdür. Tüketiciler, reklamlardan mağaza vitrinlerine, sosyal medyadan arkadaş tavsiyelerine kadar ürün bilgileriyle sıklıkla karşılaşmaktadır. Ürün değerlendirmesi, yalnızca bellekte erişilebilen bu tür bilgilerden değil, aynı zamanda karar verme sürecinin kendisinden kaynaklanan üst bilişsel faktörlerden de etkilenmektedir (Labroo & Pocheptsova, 2016, s. 156). Bu bağlamda tüketicilerin üst bilişsel farkındalığının ürünlere yönelik gerçekleştirilen reklamlara ilişkin algıları üzerinde etkisinin olacağına beklendiği belirtilebilecektir.

Sosyal psikologlar, birincil bilişi ikincil bilişten ayırmaktadır. Birincil biliş, sosyal ve fiziksel nesnelere hakkındaki değerlendirmeleri ve düşünceleri ifade ederken, ikincil biliş, birincil biliş üzerindeki yansımaları içermektedir (Briñol & DeMarree, 2012). Bu nedenle ikincil biliş, düşünme veya üst biliş hakkında düşünmeyi de içermektedir. Jost, Kruglanski ve Nelson'a (1998) göre, üst biliş “(a) kişinin kendi zihinsel durumları ve süreçleri hakkındaki inançlarının yanı sıra diğer insanların hakkındaki inançları, (b) kalıcı toplumsal kabullerin yanı sıra anlık hisleri, (c) zihnin nasıl çalıştığına dair betimleyici inançları ve nasıl çalışması gerektiğine dair normatif inançları” kapsamaktadır (s. 137). Bu üç üst biliş alanı ve etkileşimlerinin, üst bilişin reklam algısını nasıl etkilediğini açıklayabileceği belirtilmektedir.

Birinci olarak, insanlar kendi algıları için ipuçları olarak hizmet eden veya anlık deneyimlerini yorumlamalarını sağlayan kalıcı inançlara sahiptir (Briñol, Petty, & Tormala, 2004). Örneğin, Ehrlinger & Dunning (2003) tarafından gerçekleştirilen deneysel çalışmada, katılımcılara tamamlamaları gereken görevin sahip olduklarına inandıkları veya inanmadıkları bir yetenek gerektirdiği belirtilmiştir; görevin tamamlanmasının ardından, aslında hepsi aynı görevi yerine getiren katılımcılardan ilk gruptakilerin kendi performanslarını daha iyi algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır.

İkincisi, üst biliş, toplumsal inanışlara göre kolayca yorumlanabilen geçici duygular veya öznel deneyimler gibi anlık hislerle ilgilidir. Algılar ise bilişsel öznel deneyimin bir türünü oluşturmaktadır. İnsanlar, insan zihninin nasıl çalıştığına dair sıradan inançlara veya toplumsal kabullere sahiptir (Wegener & Petty, 1995). Bu tür inançlar, kısa süreli öznel deneyimlerle etkileşime girmektedir. Bu nedenle, öznel duygular veya deneyimler ortaya çıktığında, insanlar öznel deneyimlerini algılamak üzere toplumsal kabulleri kullanmaktadırlar (Winkielman vd., 2003).

Son olarak, insanlar kendi düşünce süreçleri hakkında düşünmekte ve zihnin onu yorumlamak için nasıl çalıştığına dair inançlarını uygulamaktadırlar. Örneğin, insanlar mesajla tetiklenen düşüncelere olan güvenlerini düşündüklerinde, düşüncelerine farklı derecelerde güven yaşamakta ve daha sonra bu deneyimlere ilişkin algılar geliştirmektedirler (Briñol, Petty & Tormala, 2004). Bu kapsamda üst biliş, reklam algılarına iç görüler sağlamaya anlamlı bir şekilde katkıda bulunmalıdır (Tormala & Petty 2004).

Literatürde üst biliş ile reklam algısı arasındaki ilişkiye yönelik çok sınırlı sayıda kavramsal/kuramsal açıklamalar olduğu; dahası, bu konuda ampirik kanıt içeren çalışmanın ise olmadığı görülmektedir. Bu çalışma ile üst bilişsel farkındalık ve reklam algısı ilişkisine yönelik literatürde yer alan büyük boşluğa katkıda bulunmak hedeflenmektedir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı üst bilişsel farkındalığın reklam algısına etkisinin incelenmesidir. Bunun yanında söz konusu değişkenlerin seviyesinin katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterme durumları da incelenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsanlar gün boyunca çeşitli reklamlara maruz kalmakta ve bazen bilinçsiz de olsa bu reklamlara ilişkin birtakım düşünceler geliştirebilmektedir. Bu düşünceler ilgili reklamın bilgi verici veya eğlenceli olması gibi olumlu bir algı olabileceği gibi, manipülasyon içerdiği veya toplumun değerlerini yozlaştırdığı gibi olumsuz da olabilmektedir. Bu çeşitli tepkiler, “düşünme hakkında düşünme çalışmasına” ayrılmış üst biliş araştırmaları doğrultusunda, tüketicilerin üst bilişsel farkındalıklarından etkilenecek farklılaşabilmektedir (Briñol vd., 2003, s. 84).

Üst biliş kavramı 1970'lerin sonlarında John Flavell tarafından yine kendisi tarafından tasarlanan üst bellek terimine dayalı olarak ortaya atılmıştır. Üst biliş, bireylerin kendi bilişlerine ilişkin bilgisi olarak kabul edilmiş ve “bilişsel fenomenler hakkında bilgi ve biliş” olarak tanımlamıştır (Flavell, 1979, s. 906). Üst biliş, literatürde sıklıkla “kişinin kendi düşüncesi hakkında düşünmesi” veya “bilişler hakkındaki bilişler” olarak tanımlanmaktadır. Genellikle bilgi, farkındalık ve kontrol ile ilişkilendirilen üst biliş; var olanı tanıma, değerlendirme ve gerektiğinde yeniden yapılandırma yeteneği ile karakterize edilmektedir. Literatürde üst bilişin tanımına yönelik bir fikir birliği bulunmamakla birlikte, birçok araştırmacı üst bilişin “bilişin düzenlenmesi” ve “biliş bilgisi” şeklinde iki ana bileşene ayrılabilirliği konusunda hemfikirdir (Akın, Abacı & Çetin, 2007, s. 672):

Biliş bilgisi, kişilerin kendi bilişleri hakkında ve/veya genel manada biliş ile ilgili olarak neler hakkında bilgi sahibi olduklarını ifade etmektedir. Biliş bilgisi; bildirimsel, prosedürel ve koşullu bilgi olmak üzere üç farklı üst bilişsel farkındalık türü içermektedir. Bildirimsel bilgi, bir şeyler “hakkında” bilmeyi ifade etmektedir. Prosedürel bilgi, bir şeylerin “nasıl” yapılacağını bilmeyi belirtmektedir. Koşullu bilgi ise bilişin “neden” ve “ne zaman” yönlerini bilmek anlamına gelmektedir.

Bilişin düzenlenmesi, bireylerin bilişlerini kontrol etmelerine yardımcı olan bir dizi aktiviteyi ifade etmektedir. Literatürde planlama, izleme ve değerlendirme olmak üzere üç temel beceri yer almaktadır. Planlama, uygun stratejilerin seçimini; izleme, kişinin farkındalığını; değerlendirme ise kişinin değerlendirmesini ifade etmektedir.

Üst biliş araştırmaları, “düşünme hakkında düşünmenin” insanların algılarını ve yargılarını nasıl etkileyebileceğini araştırma ihtiyacını ortaya koymaktadır (Schwarz, 2004). Üst bilişin bu kapsamda

önemli bir etkisinin olduğu ve bu etkinin reklamlara yönelik algı ve yargıda da ortaya çıkabildiği belirtilmektedir. Buna göre, insanların maruz kaldıkları bir reklama yönelik algı ve tutumlarını belirleyebilecek olan faktörlerden birisinin, bilişsel bilgi ve bilişsel farkındalığı kapsayan üst biliş olduğu ifade edilmektedir (Briñol vd., 2003). Winkielman vd. (2003), üst bilişsel süreçler sırasında üst bilişsel bilgiyi oluşturan faktörlerden birisi olan öznel deneyimlerin reklama yönelik algıyı güçlü bir şekilde etkilediğini iddia etmektedir.

Üst bilişsel farkındalığın yüksek olması sayesinde insanlar kendi düşüncelerine odaklanabildiklerinde, varsayılan tepkileri, kendi inançları tarafından tetiklenen öznel düşünme deneyimleriyle şekillenmektedir. Örneğin, insanlar ikna edilmeye çok duyarlı olduklarına inandıklarında ve bir reklamın onları kolayca ikna ettiğini anladıklarında, ikna duyarlılıklarına ilişkin inançlarına uygun olarak, reklamda sunulan ürünlere yönelik daha olumlu algıya sahip olmaktadır (Dunlosky & Metcalfe, 2009). Başka bir örnek olarak, insanların bilişsel farkındalık ile bir reklamın manipülatif niyetinin düşük olduğunu düşündükleri sürece o reklama yönelik algılarının olumlu olacağı; buna karşılık, bir reklamın manipülatif niyeti yüksekse olumsuz olacağı belirtilmektedir (Petty, Wegener & White, 1998). Ayrıca, insanlar her durumda yine de zihinsel süreçlerini izlemekte, kontrol etmekte ve düşüncelerinin uygunluğunu değerlendirmekte, üst bilişsel düşüncelerini uygun görmedikleri ölçüde, belki de yargılarını önyargılı hale getirdiği için, bu tür düşünmenin etkisini düzeltmeye çalışabilmektedirler (Petty vd., 2007).

Düşünme hakkında düşünmeye ek olarak, insanlar düşüncelerinin içeriğini de değerlendirmektedirler. Çünkü kişinin nasıl düşünmesi veya ne hakkında düşünmesi gerektiğine dair normatif inançları vardır (Jost, Kruglanski & Nelson, 1998, s. 147). İnsanlar, düşünce içeriklerinin uygun, adil veya arzu edilip olup olmadığını değerlendirmektedir ve düşünce değerlendirmesinin değerliliği ile düşünce içeriğinin değerliliği aynı olmayabilmektedir. Örneğin, bazı insanlar ünlüler tarafından reklamı yapılan bir ürün hakkında olumlu algıya sahip olabilir, ancak pazarlama uygulamalarına ilişkin inançları (reklam için ünlülere ödeme yapılması), bu olumlu algıyı olumsuzla çevirebilmektedir (Petty vd. 2007). Başka bir deyişle, bir reklam ilişkin üst biliş etkisiyle şekillenen algının niteliği yine üst bilişin etkisiyle değişim gösterebilmektedir. Jost, Kruglanski & Nelson (1998) ayrıca insanların farklı durumlarda ne tür tepkilerin uygun olduğuna dair normatif inançlara sahip olduklarını ve üst bilişlerini yalnızca uygun olduğunda algı girdisi olarak kullandıklarını belirtmektedir.

Özetle üst biliş, bireylerin reklamlara yönelik algılarını etkileyen önemli bir yapıdır. Bu bağlamda bu çalışmada üst bilişsel farkındalığın reklam algısı üzerindeki etkisine odaklanılmıştır.

YÖNTEM

Model ve Hipotezler

Söz konusu çalışmada iki ve daha fazla değişken için, ilgili değişkenlerin değişim derecelerini ortaya koyan; ilişkisel bir tarama modeli (Karasar, 2009, s. 81) kapsamında tasarlanmış nicel bir çalışmadır.

Araştırmada üst bilişsel farkındalık ile reklam algısı arasındaki ilişkiler incelendiğinden ilişkisel tarama modeli benimsenmiştir. Çalışma kapsamında geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmuştur.

H1: Üst bilişsel farkındalığın reklam algısı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H2: Üst bilişsel farkındalık seviyesi sosyo-demografik özellikler dikkate alındığında anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Reklam algısı, sosyo-demografik özellikler dikkate alındığında anlamlı farklılık göstermektedir.

Örneklem

Araştırma için seçilen örneklem yöntemi basit tesadüfi örnekleme olup bu yöntem ile Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi'nde eğitim alan 312 üniversite öğrencisi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Bilgileri

Değişken	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Kadın	193	61,86
	Erkek	119	38,14
Yaş	20 ve altı	68	21,79
	21-25 arası	156	50,00
	26 ve üstü	88	28,21
Medeni Durum	Bekar	276	88,46
	Evli	36	11,54
Eğitim Durumu	Lise ve altı	66	21,15
	Lisans	212	67,95
	Lisansüstü	34	10,90
Gelir Durumu	0-2.500 TL arası	193	61,86
	2.500-5.000 TL arası	119	38,14

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak amacıyla 5'li likert tipinde hazırlanan ve üç bölümden oluşturulmuş bir anket kullanılmıştır. Anket formu içerisindeki birinci bölümde araştırmacının hazırladığı demografik bilgi formu, ikinci bölümünde üst bilişsel farkındalık ölçeği, üçüncü bölümünde ise reklam algısı ölçeği yer almaktadır.

Üst Bilişsel Farkındalık Ölçeği: Katılımcıların üst bilişsel farkındalık seviyelerini ölçmek amacıyla Cartwright-Halton & Wells (1997) tarafından geliştirilen, Wells & Cartwright-Halton (2004) tarafından kısaltılmış hali oluşturulan ve Tosun & Irak (2008) tarafından da Türk diline çevrilmiş ve uyarlanmış Üst Biliş Ölçeği-30'un bilişsel farkındalık boyutu kullanılmıştır. Üst bilişsel farkındalık ölçeği 6 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısının .70 olduğu bildirilmiştir (Tosun & Irak, 2008).

Reklam Algısı Ölçeği: Katılımcıların reklam algılarını ölçmek amacıyla Wang vd. (2009) tarafından geliştirilen ve Akkaya'nın (2013) çalışmasında kullandığı ölçekten faydalanılmıştır. 15

madde içeren ölçeğin, bilgi vericilik ($\alpha=0,72$), eğlence ($\alpha=0,85$), güvenilirlik ($\alpha=0,80$), ekonomiye yararlılık ($\alpha=0,68$) ve değer yozlaşması ($\alpha=0,65$) olmak üzere 5 boyuttan oluştuğu bildirilmiştir (Akkaya, 2013).

Yapılan doğrulayıcı faktör analizlerinde tek faktörlü üst bilişsel farkındalık ölçeği maddelerinin faktör yüklerinin 0,7749 ile 0,9801 arasında değiştiği, beş faktörlü reklam algısı ölçeğinin faktör yüklerinin ise 0,4558 ile 0,9551 arasında değiştiği görülmüştür. Veri elde etme vasıtalarına ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik bilgileri Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 2 incelendiği vakit araştırma için kullanılmış olan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlik ölçütlerini sağladığı görülmektedir.

Tablo 2. Veri Toplama Araçları Geçerlik ve Güvenirlik Analizi Bulguları

	Ölçek	Madde Sayısı	Cronb. Alpha	KMO	Barlett	χ^2/df	TLI	CFI	RMSEA
	Üst Bil. Farkındalık Ölçeği	6	0,95	0,836	0,000	1,73	0,997	0,999	0,049
Reklam Algısı	Bilgi vericilik	3	0,83	0,737	0,000	2,46	0,981	0,912	0,058
	Eğlence	4	0,84						
	Güvenilirlik	3	0,96						
	Ekonomiye Yararlılık	3	0,79						
	Değer yozlaşması	2	0,75						

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma için veri toplamak amacıyla içeriğini yukarıda açıkladığımız anket formu kullanılmıştır. Söz konusu anket 01 Temmuz-31 Ağustos 2021 tarihleri arasında uygulanmıştır. Verilerin analiz edilmesi SPSS ve AMOS paket programları kullanılmak suretiyle yapılmıştır. Katılımcılara ait üst bilişsel farkındalık ve reklam algısı seviyelerinin belirlenmesi amacıyla betimsel istatistik analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın değişkenleri arasında bulunan ilişkileri analiz maksadıyla Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları (r) hesaplaması yapılmıştır. Üst bilişsel farkındalığın reklam algısı üzerindeki etkisini incelemek maksadıyla regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya ait değişkenlerin katılanların demografik özellikleri açısından farklılık gösterip göstermediklerinin incelenmesi maksadı ile t-testi ve ANOVA analizleri uygulanmıştır.

BULGULAR

Araştırma Değişkenlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Araştırmanın değişkenlerine yönelik betimsel istatistik çalışmalar Tablo 3’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılanların üst bilişsel farkındalık seviyesinin oldukça yüksek olduğu ($\bar{x}=4,19$; $ss=0,63$) görülmektedir. Bunun yanında reklam algısı ölçeği boyutları incelendiğinde en düşük seviyenin değer yozlaşması boyutunda ($\bar{x}=1,58$; $ss=0,51$), en yüksek seviyenin ise eğlence boyutunda ($\bar{x}=4,54$; $ss=0,51$) olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, katılımcıların yüksek üst bilişsel farkındalığa sahip oldukları, bunun yanında reklam algıları açısından reklamları sırasıyla eğlenceli, bilgi verici,

ekonomiye yararlı ve güvenilir algılarken değer yozlaştırıcı olarak algılamadıkları ifade edilebilecektir.

Tablo 3. Ölçeklerin Tanımlayıcı Değerleri

	Ölçek	Ortalama	Standart Sapma
	Üst Bil. Farkındalık Ölçeği	4,19	0,63
Reklam Algısı Ölçeği	Bilgi Vericilik Boyutu	4,03	0,53
	Eğlence Boyutu	4,54	0,51
	Güvenilirlik Boyutu	3,65	0,55
	Ekonomiye Yararlılık Boyutu	3,87	0,41
	Değer Yozlaşması Boyutu	1,58	0,51

Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Çalışmada yer alan değişkenlerin aralarındaki ilişkiyi tespit etmek için Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmış ve Tablo 4’de gösterilmiştir. 4.No’lu Tablo incelendiğinde üst bilişsel farkındalık ile bilgi vericilik ($r=0,5773$; $p<0,01$), güvenilirlik ($r=0,1604$; $p<0,01$), ekonomiye yararlılık ($r=0,7151$; $p<0,01$) algıları arasında olumlu yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında, üst bilişsel farkındalık ile değer yozlaşması algısı arasında olumsuz yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu ($r=-0,3224$; $p<0,01$) tespit edilmiştir. Ayrıca üst bilişsel farkındalık ile eğlence algısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı ($r=-0,0126$; $p>0,05$) görülmektedir.

Tablo 4. Korelasyon Analizi Sonuçları

Ölçek	1	2.1.	2.2.	2.3.	2.4.	2.5.
1. Üst Bil. Farkındalık	1,000					
2.1. Bilgi Vericilik	0,5773**	1,000				
2.2. Eğlence	-0,0126	-0,3844**	1,000			
2.3. Güvenilirlik	0,1604**	0,6042**	0,1707**	1,000		
2.4. Ekonomiye Yararlılık	0,7151**	0,5547**	0,3554**	0,6617**	1,000	
2.5. Değer Yozlaşması	-0,3224**	0,2978**	-0,8241**	0,1405*	-0,3839**	1,000

Bağımsız Değişkenlerin Bağımlı Değişkenleri Yordamasına Yönelik Bulgular

Üst bilişsel farkındalığın reklam algısı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizlere ait sonuçlar Tablo 5’de gösterilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde üst bilişsel farkındalığın bilgi vericilik ($\beta=0,4911$; $p<0,01$), güvenilirlik ($\beta=0,1396$; $p<0,01$) ve ekonomiye yararlılık ($\beta=0,4703$; $p<0,01$) üzerinde olumlu yönde; değer yozlaşması ($\beta=-0,2609$; $p<0,01$) algısı üzerinde ise olumsuz yönde ve anlamlı etkisinin olduğu görülmektedir. Buna karşın üst bilişsel farkındalığın eğlence algısı üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı ($\beta=-0,0102$; $p>0,05$) görülmektedir. Bu sonuçlara göre H1 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 5. Üst Bilişsel Farkındalığın Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	β	t	p	F	Adj.R ²
Üst Bilişsel Farkındalık	Bilgi Vericilik	0,4911	12,45	0,000	155,00	0,3312
	Eğlence	-0,0102	-0,22	0,824	0,05	0,0031
	Güvenilirlik	0,1396	2,86	0,005	8,18	0,0226
	Ekonomiye Yararlılık	0,4703	18,01	0,000	324,37	0,5097
	Değer Yozlaşması	-0,2609	-6,00	0,000	35,97	0,1011

Fark Analizlerine Yönelik Bulgular

Araştırma değişkenlerinin katılımcıların cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla uygulanan t-testi sonuçları 6 No'lu tabloda sunulmuştur. Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların üst bilişsel farkındalık ($t=-32,99$; $p<0,01$) ile bilgi vericilik ($t=-17,43$; $p<0,01$), eğlence ($t=3,21$; $p<0,01$), güvenilirlik ($t=-5,66$; $p<0,01$) ve ekonomiye yararlılık ($t=-14,86$; $p<0,01$) algısı seviyelerinin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterdiği; değer yozlaşması algılarının ise cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermediği ($t=1,37$; $p>0,05$) tespit edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde üst bilişsel farkındalık ile bilgi vericilik, güvenilirlik ve ekonomiye yararlılık algısı seviyelerinin erkeklerde daha yüksek olduğu, buna karşın eğlence algısı seviyesinin ise kadınlarda daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	ss	t	sd	p
Üst Bilişsel Farkındalık	Kadın	193	3,75	0,29	-32,99	310	0,000
	Erkek	119	4,90	0,30			
Bilgi Vericilik	Kadın	193	3,74	0,41	-17,43	310	0,000
	Erkek	119	4,52	0,33			
Eğlence	Kadın	193	4,61	0,50	3,21	310	0,001
	Erkek	119	4,42	0,50			
Güvenilirlik	Kadın	193	3,52	0,55	-5,66	310	0,000
	Erkek	119	3,86	0,48			
Ekonomiye Yararlılık	Kadın	193	3,66	0,22	-14,86	310	0,000
	Erkek	119	4,21	0,43			
Değer Yozlaşması	Kadın	193	1,61	0,56	1,37	310	0,169
	Erkek	119	1,52	0,41			

Araştırma değişkenlerinin katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterip göstermediğini saptamak maksadıyla yapılan ANOVA analizi sonuçları 7 No'lu tabloda sunulmuştur. Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların üst bilişsel farkındalık ($F=68,20$; $p<0,01$) ile eğlence ($F=7,59$; $p<0,01$), ekonomiye yararlılık ($F=33,25$; $p<0,01$) ve değer yozlaşması ($F=39,70$; $p<0,01$) algısı seviyelerinin yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği; bilgi vericilik ($F=2,60$; $p>0,05$) ve güvenilirlik ($F=0,33$; $p>0,05$) algılarının ise yaşlarına göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde üst bilişsel farkındalık ile eğlence ve ekonomiye yararlılık algısı seviyelerinin daha genç yaş gruplarında daha yaşlı gruplara göre daha yüksek olduğu, buna karşın değer yozlaşması algısı seviyesinin ise daha yaşlı gruplarda daha genç gruplara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Yaşa Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişken	Yaş	N	Ort.	ss	F	p	Farklı Gruplar
Üst Bilişsel Farkındalık	(1) 20 ve altı	68	4,59	0,52	68,20	0,000	1>2
	(2) 21-25 arası	156	4,31	0,61			1>3
	(3) 26 ve üstü	88	3,66	0,33			2>3
Bilgi Vericilik	(1) 20 ve altı	68	4,13	0,64	2,60	0,076	
	(2) 21-25 arası	156	4,05	0,57			
	(3) 26 ve üstü	88	3,94	0,32			
Eğlence	(1) 20 ve altı	68	4,65	0,27	7,59	0,000	1>3
	(2) 21-25 arası	156	4,58	0,48			2>3
	(3) 26 ve üstü	88	4,36	0,65			
Güvenilirlik	(1) 20 ve altı	68	3,66	0,47	0,33	0,718	
	(2) 21-25 arası	156	3,63	0,53			
	(3) 26 ve üstü	88	3,68	0,63			
Ekonomiye Yararlılık	(1) 20 ve altı	68	4,09	0,30	33,25	0,000	1>2
	(2) 21-25 arası	156	3,92	0,39			1>3
	(3) 26 ve üstü	88	3,61	0,39			2>3
Değer Yozlaşması	(1) 20 ve altı	68	1,33	0,27	39,70	0,000	1<3
	(2) 21-25 arası	156	1,48	0,46			2<3
	(3) 26 ve üstü	88	1,93	0,54			

Araştırma değişkenlerinin katılımcıların medeni hallerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek maksadıyla uygulanan t-testi sonuçları 8 No'lu tabloda sunulmuştur. Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların üst bilişsel farkındalık ($t=5,38$; $p<0,01$) ile ekonomiye yararlılık ($t=3,72$; $p<0,01$) ve değer yozlaşması ($t=-3,75$; $p<0,01$) algısı seviyelerinin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği; bilgi vericilik ($t=1,12$; $p>0,05$), eğlence ($t=1,53$; $p>0,05$) ve güvenilirlik ($t=1,11$; $p>0,05$) algılarının ise medeni hallerine göre anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Sonuçlar incelendiğinde üst bilişsel farkındalık ile ekonomiye yararlılık algısı seviyelerinin bekarlarda daha

yüksek olduğu, buna karşın değer yozlaşması algısı seviyesinin ise evlilerde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Medeni Duruma Göre T-Testi Sonuçları

Değişken	Medeni Durum	N	Ort.	ss	t	sd	p
Üst Bilişsel Farkındalık	Bekar	276	4,25	0,62	5,38	310	0,000
	Evli	36	3,68	0,37			
Bilgi Vericilik	Bekar	276	4,05	0,56	1,12	310	0,260
	Evli	36	3,94	0,29			
Eğlence	Bekar	276	4,55	0,50	1,53	310	0,126
	Evli	36	4,41	0,55			
Güvenilirlik	Bekar	276	3,64	0,56	-1,11	310	0,266
	Evli	36	3,75	0,45			
Ekonomiye Yararlılık	Bekar	276	3,90	0,42	3,72	310	0,000
	Evli	36	3,63	0,16			
Değer Yozlaşması	Bekar	276	1,54	0,50	-3,75	310	0,000
	Evli	36	1,87	0,48			

Araştırma değişkenlerinin katılımcıların eğitim göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla uygulanan ANOVA analizi neticeleri Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9. Eğitim Durumuna Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Değişken	Eğitim Durumu	N	Ort.	ss	F	p	Farklı Gruplar
Üst Bilişsel Farkındalık	(1) Lise	66	4,62	0,48	24,44	0,000	1>2 1>3
	(2) Lisans	212	4,10	0,64			
	(3) Lisansüstü	34	3,91	0,40			
Bilgi Vericilik	(1) Lise	66	4,12	0,64	0,99	0,374	
	(2) Lisans	212	4,02	0,49			
	(3) Lisansüstü	34	4,00	0,55			
Eğlence	(1) Lise	66	4,67	0,25	59,78	0,000	1>3 2>3
	(2) Lisans	212	4,62	0,21			
	(3) Lisansüstü	34	3,76	1,17			
Güvenilirlik	(1) Lise	66	3,65	0,48	22,97	0,000	1>3 2>3
	(2) Lisans	212	3,74	0,43			
	(3) Lisansüstü	34	3,09	0,90			
Ekonomiye Yararlılık	(1) Lise	66	4,09	0,31	30,11	0,000	1>2 1>3
	(2) Lisans	212	3,87	0,30			

	(3) Lisansüstü	34	3,47	0,75			2>3
Değer Yozlaşması	(1) Lise	66	1,31	0,25	33,04	0,000	1<2
	(2) Lisans	212	1,57	0,41			1<3
	(3) Lisansüstü	34	2,11	0,88			2<3

Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların üst bilişsel farkındalık ($F=24,44$; $p<0,01$) ile eğlence ($F=59,78$; $p<0,01$), güvenilirlik ($F=22,97$; $p<0,01$), ekonomiye yararlılık ($F=30,11$; $p<0,01$) ve değer yozlaşması ($F=33,04$; $p<0,01$) algısı seviyelerinin eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği; bilgi vericilik ($F=0,99$; $p>0,05$) algılarının ise eğitim düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Sonuçlar incelendiğinde üst bilişsel farkındalık ile eğlence, güvenilirlik ve ekonomiye yararlılık algısı seviyelerinin daha düşük eğitimli gruplarda daha yüksek eğitimli gruplara göre daha yüksek olduğu, buna karşın değer yozlaşması algısı seviyesinin ise daha yüksek eğitimli gruplarda daha düşük eğitimli gruplara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırma değişkenlerinin katılımcıların gelir düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla uygulanan t-testi sonuçları 10 No'lu Tabloda sunulmuştur. Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların üst bilişsel farkındalık ($t=-33,59$; $p<0,01$) ile bilgi vericilik ($t=-17,84$; $p<0,01$), eğlence ($t=2,51$; $p<0,05$), güvenilirlik ($t=-6,49$; $p<0,01$) ve ekonomiye yararlılık ($t=-19,09$; $p<0,01$) algısı seviyelerinin gelir durumlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği; değer yozlaşması algılarının ise gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermediği ($t=1,83$; $p>0,05$) tespit edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde üst bilişsel farkındalık ile bilgi vericilik, güvenilirlik ve ekonomiye yararlılık algısı seviyelerinin daha yüksek gelire sahip olan grupta daha yüksek olduğu, buna karşın eğlence algısı seviyesinin ise yüksek gelire sahip olan grupta daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Gelir Durumuna Göre T-Testi Analizi Sonuçları

Değişken	Gelir Durumu	N	Ort.	ss	t	sd	p
Üst Bilişsel Farkındalık	0-2.500 TL	193	3,75	0,29	-33,59	310	0,000
	2.500-5.000 TL	119	4,90	0,28			
Bilgi Vericilik	0-2.500 TL	193	3,73	0,39	-17,84	310	0,000
	2.500-5.000 TL	119	4,52	0,34			
Eğlence	0-2.500 TL	193	4,59	0,54	2,51	310	0,012
	2.500-5.000 TL	119	4,44	0,45			
Güvenilirlik	0-2.500 TL	193	3,50	0,59	-6,49	310	0,000
	2.500-5.000 TL	119	3,89	0,36			
Ekonomiye Yararlılık	0-2.500 TL	193	3,63	0,28	-19,09	310	0,000
	2.500-5.000 TL	119	4,26	0,27			
Değer Yozlaşması	0-2.500 TL	193	1,62	0,56	1,83	310	0,067
	2.500-5.000 TL	119	1,51	0,39			

Bu sonuçlara göre H2 ve H3 hipotezleri kısmen kabul edilmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada üst bilişsel farkındalığın reklam algısına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bunun yanında söz konusu değişkenlerin seviyesinin katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterme durumları da incelenmiştir.

Çalışma kapsamında öncelikle üst bilişsel farkındalığın reklam algısı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yapılan regresyon analizleri neticesinde üst bilişsel farkındalığın bilgi vericilik, güvenilirlik ve ekonomiye yararlılık algıları üzerinde olumlu yönde; değer yozlaşması algısı üzerinde ise olumsuz yönde ve anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın üst bilişsel farkındalığın eğlence algısı üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre üst bilişsel farkındalık seviyesindeki artışın bilgi vericilik, güvenilirlik ve ekonomiye yararlılık algısı seviyelerinde artışa; değer yozlaşması algısı seviyesinde ise azalışa sebep olacağı belirtilebilecektir. Bunun yanında, çalışma bulgularımızın literatürde yer alan benzer çalışmaların (Labroo & Pocheptsova, 2016; Chang, 2017) sonuçlarıyla uyum içerisinde olduğu görülmektedir. Bunun neticesinde çalışmamızda bu kapsamda elde edilen bulguların literatürde yer alan kavramlar arası ilişkiler ve önceki araştırma sonuçları ile paralellik gösterdiği belirtilebilecektir.

Çalışma kapsamında müteakiben üst bilişsel farkındalık ve reklam algısı seviyesinin katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık gösterme durumları incelemek maksadıyla t-testi ve ANOVA analizleri gerçekleştirilmiştir. Analizler neticesinde katılımcıların üst bilişsel farkındalık ve reklam algısı seviyelerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi ve gelir düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Literatürde üst bilişsel farkındalık ve reklam algısı seviyesinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılık gösterme durumlarına yönelik değişik sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Bizim çalışmamızda ve literatürde yer alan diğer çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılmasının çalışmaların bağlamlarından kaynaklanmış olabileceği değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A., Abacı, R., & Çetin, B. (2007). The validity and reliability of the turkish version of the metacognitive awareness inventory. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 7(2), 671-678.
- Akkaya D.T. (2013). Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış Ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. Doktora Tezi. Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Briñol, P., & DeMarree, K. (2012). *Social metacognition*. Psychology Press.
- Briñol, P., Petty, R. E., & Tormala, Z. L. (2004). Self-validation of cognitive responses to advertisements. *Journal of consumer research*, 30(4), 559-573.
- Briñol, P., Rucker, D. D., Tormala, Z. L., & Petty, R. E. (2003). Individual differences in resistance to persuasion: The role of beliefs and meta-beliefs. In *Resistance and Persuasion* (pp. 83-104). Routledge Taylor & Francis Group.
- Cartwright-Hatton, S., & Wells, A. (1997). Beliefs about worry and intrusions: The Meta-Cognitions Questionnaire and its correlates. *Journal of anxiety disorders*, 11(3), 279-296.
- Chang, C. (2017). A Metacognitive Model of the Effects of Susceptibility to Persuasion Self-Beliefs on Advertising Effects. *Journal of Advertising*, 46(4), 487-502.
- Dunlosky, J., & Metcalfe, J. (2009). *Metacognition*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ehrlinger, J., & Dunning, D. (2003). How chronic self-views influence (and potentially mislead) estimates of performance. *Journal of personality and social psychology*, 84(1), 5.
- Flavell, J. H. (1979). Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive developmental inquiry. *American Psychologist*, 34(10), 906-911.
- Jost, J. T., Kruglanski, A. W., & Nelson, T. O. (1998). Social metacognition: An expansionist review. *Personality and Social Psychology Review*, 2(2), 137-154.
- Karasar, N. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (20.Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Labroo, A. A., & Pocheptsova, A. (2016). Metacognition and consumer judgment: Fluency is pleasant but disfluency ignites interest. *Current Opinion in Psychology*, 10, 154-159.
- Petty, R. E., Turnes, P. B., Tormala, Z. L., & Wegener, D. T. (2007). The role of metacognition in social judgment. In *Social Psychology: Handbook of Basic Principles* (pp. 254-284).
- Petty, R. E., Wegener, D. T., & White, P. H. (1998). Flexible correction processes in social judgment: Implications for persuasion. *Social Cognition*, 16(1), 93-113.
- Schwarz, N. (2004). Metacognitive experiences in consumer judgment and decision making. *Journal of Consumer Psychology*, 14(4), 332-348.

- Tormala, Z. L., & Petty, R. E. (2004). Source credibility and attitude certainty: A metacognitive analysis of resistance to persuasion. *Journal of Consumer Psychology, 14*(4), 427-442.
- Tosun, A., & Irak, M. (2008). Üstbiliş Ölçeği-30'un Türkçe uyarlaması, geçerliği, güvenilirliği, kaygı ve obsesif-kompulsif belirtilerle ilişkisi. *Türk Psikiyatri Dergisi, 19*(1), 67-80.
- Wang, Y., Sun, S., Lei, W., & Toncar, M. (2009). Examining beliefs and attitudes toward online advertising among Chinese consumers. *Direct Marketing: An International Journal, 3*(1), 52-66.
- Wegener, D. T., & Petty, R. E. (1995). Flexible correction processes in social judgment: the role of naive theories in corrections for perceived bias. *Journal of personality and social psychology, 68*(1), 36.
- Wells A & Cartwright-Hatton S (2004) A short form of the metacognitions questionnaire: properties of the MCQ 30. *Behav Res Ther, 42*: 385–396.
- Winkielman, P., Schwarz, N., Fazendeiro, T. A., & Reber, R. (2003). The hedonic marking of processing fluency: implications for evaluative judgment. In *The Psychology of Evaluation: Affective Process in Cognition and Emotion* (pp. 189–217).

Geliş Tarihi:

11.02.2022

Kabul Tarihi:

14.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Öztürk, F., Zümbül, D., & Akça, F. (2022). Online ve yüz yüze psikolojik danışmaya ilişkin tutum ile çevrimiçi mahremiyet kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi: Bursa ili örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1071-1095. doi: 10.46928/iticusbe.1072045

ONLINE VE YÜZ YÜZE PSİKOLOJİK DANIŞMAYA İLİŞKİN TUTUM İLE ÇEVİRİMİÇİ MAHREMİYET KAYGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

Araştırma

Firdevs Öztürk 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

firdevssoysalozturk@gmail.com

Damla Zümbül 

pd.damlazumbul@gmail.com

Figen Akça 

Bursa Uludağ Üniversitesi

figenakca@uludag.edu.tr

Firdevs Öztürk, Bursa Uludağ Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisidir. Bu alanda araştırmalar yapmaktadır.

Damla Zümbül, Bursa Uludağ Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisidir. Bu alanda araştırmalar yapmaktadır.

Prof. Dr. Figen Akça, Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı profesörüdür. Bu alanda ders vermekte ve araştırmalar yapmaktadır.

ONLİNE VE YÜZ YÜZE PSİKOLOJİK DANIŞMAYA İLİŞKİN TUTUM İLE ÇEVİRİMİÇİ MAHREMİYET KAYGISI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: BURSA İLİ ÖRNEĞİ

Firdevs Öztürk
firdevssoysalozturk@gmail.com
Damla Zümbül
pd.damlazumbul@gmail.com
Figen Akça
figenakca@uludag.edu.tr

Özet

Amaç: Bu araştırmanın temel amacı, üniversite öğrencilerinin online ve yüz yüze psikolojik danışmaya ilişkin tutumlarını belirlemek ve sahip oldukları tutumun çevrimiçi mahremiyet kaygısı ile ilişkisini değerlendirmektir.

Yöntem: Çalışma amacı doğrultusunda Bursa Uludağ Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan toplam 212 (167 kadın, 45 erkek) öğrenciden veri toplanmıştır. Verilerin toplanmasında Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği-Kısa Form, Online ve Yüz yüze Psikolojik Danışma Tutum Ölçeği, Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı Ölçeği-Çevrimiçi Güven alt boyutu ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Verilerin analizinde Basit Doğrusal Korelasyon kullanılmıştır.

Bulgular: Elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin çevrimiçi mahremiyet ölçeği güven alt boyutu ile online danışmanın rahatsızlığı alt boyutu arasında zayıf düzeyde ($r=-.148, p<.01$) ve yüz yüze danışmanın değeri alt boyutu arasında zayıf düzeyde ($r=-.176, p<.05$) pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Bir başka deyişle, çevrimiçi mahremiyet kaygısı taşıyan öğrencilerin online danışmadan daha fazla rahatsızlık duyduğu ve yüz yüze danışmayı daha değerli buldukları gözlenmiştir. Bunun yanı sıra, öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları ile online danışma değerine ilişkin tutumları arasında zayıf düzeyde ($r=.371, p<.01$), yüz yüze danışmanın değerine ilişkin tutumları arasında orta düzeyde ($r=.557, p<.01$) pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Bir başka deyişle psikolojik yardım almaya ilişkin olumlu tutumu olan öğrencilerin hem online danışmanın hem de yüz yüze danışmanın değerine karşı olan tutumları da olumlu yönde olmuştur.

Özgünlük: Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler online etkinliklerin nitelik ve niceliğini arttırmış, Covid-19 pandemisi ile birlikte ivme kazanmıştır. Daha önceki yıllarda temkinli yaklaşılan bir konu olan online psikolojik danışma uygulamaları bu kez hızla bu gelişmelere ayak uydurmaya başlamıştır. Online psikolojik danışmada gizlilik ve mahremiyeti olumsuz yönde etkileyecek tehditlerin varlığı, bireylerin online psikolojik danışmaya karşı tutumunu etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, online ve yüz yüze psikolojik danışmaya ilişkin tutumlarının belirlenmesi ve sahip olunan tutumun çevrimiçi mahremiyet kaygısı ile ilişkisinin değerlendirilmesi, üniversitelerde yürütülen psikolojik danışma ve rehberlik hizmetleri adına önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum, Online Psikolojik Danışma, Yüz Yüze Psikolojik Danışma, Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı

JEL Sınıflandırması: I2

AN INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ATTITUDE TOWARDS ONLINE AND FACE-TO-FACE COUNSELING AND ONLINE PRIVACY CONCERN: BURSA CITY CASE

Abstract

Purpose: The main purpose of this study is to determine the attitudes of university students towards online and face-to-face counseling and to evaluate the relationship between their attitudes and online privacy concern.

Method: Data were collected from a total of 212 (167 female, 45 male) students studying at Bursa Uludağ University. Attitude Towards Seeking Psychological Help Scale-Short Form, Online and Face-to-face Counseling Attitude Scale, Online Privacy Concern Scale-Trust sub-dimension and Demographic Information Form were used to collect data. Pearson Correlation were used in the analysis of the data.

Findings: According to the findings, a positive correlation was found between the online privacy scale's trust sub-dimension and the online counselor's discomfort sub-dimension ($r=-.148$, $p<.01$). Similarly, a positive correlation was found between the online privacy scale's trust sub-dimension and the value of face-to-face counseling ($r=-.176$, $p<.05$). In other words, it was observed that students with online privacy concerns were more uncomfortable with online counseling and found face-to-face counseling more valuable. In addition, a positive relationship was found between the attitude towards seeking psychological help and the attitude towards the value of online counseling ($r=.371$, $p<.01$). Moreover, a positive relationship was found between the attitude towards seeking psychological help and the attitude towards the value of face-to-face counseling ($r=.557$, $p<.01$). In other words, students who have a positive attitude towards seeking psychological help also have positive attitudes towards the value of both online and face-to-face counseling.

Originality: Technological developments in recent years have increased the quality and quantity of online activities and gained momentum with the Covid-19 pandemic. Online psychological counseling practices, which were a subject that was approached cautiously in previous years, started to keep up with these developments rapidly. The existence of threats that may negatively affect privacy and confidentiality in online counseling can affect individuals' attitudes towards online counseling. In this context, determining the attitudes towards online and face-to-face counseling and evaluating its relation to online privacy concern are important for the counseling services carried out in universities.

Keywords: *Attitude Towards Seeking Psychological Help, Online Counseling, Face-To-Face Counseling, Online Privacy Concern*

JEL Classification: I2

GİRİŞ

Psikolojik danışma, bireyin kendini anlaması, farkındalık kazanması, problemlerini tanımlaması ve çözüm yolları üretmesi, kararlar alması, çevresiyle uyumlu ve sağlıklı iletişim halinde olması ve kendini geliştirmesi için uzman kişiler tarafından profesyonel bir yardım süreci olarak tanımlanmaktadır (Tan, 2000). Bu yardım hizmetini veren kişi psikolojik danışman, yardım hizmetini alan kişi ise danışan olarak tanımlanmaktadır. Çevrimiçi psikolojik danışma ise, en genel tanımıyla, danışan veya grup halindeki danışanlara, bilgisayar ve dijital teknolojiyi kullanılarak uygulanan ruh sağlığı müdahalesi olarak ifade edilmektedir (Barak ve Grohol, 2011). Richards ve Vignano (2012) çevrimiçi psikolojik danışmayı, danışan ve danışman arasındaki terapötik ilişkinin ve terapötik müdahalelerin bilgisayar ve internet destekli iletişim teknolojilerinin yer aldığı çevrimiçi platformlarda yürütülmesi olarak tanımlamaktadır. Türk PDR Derneği (2011) ise çevrimiçi psikolojik danışmayı, psikolojik yardıma ihtiyaç duyan birey ile bu yardım hizmetini sağlayan psikolojik danışman arasındaki ilişkinin telefon veya internet aracılığıyla ve iyileştirici müdahalelerin de bu ortamda gerçekleştirilmesi olarak belirtmiştir.

Bu alanda yapılan ilk yorumlardan biri olarak, Cook ve Doyle (2004) çevrimiçi psikolojik danışmayı büyüyen bir alan olarak değerlendirmişlerdir. Bu değerlendirmeyi destekler nitelikte, son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler doğrultusunda çevrimiçi psikolojik danışma oldukça yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde pek çok birey, ekonomik nedenler, vakit bulma konusunda yaşanan güçlükler, evden çıkabilme ile ilgili yaşadığı zorluklar (engel durumu, sosyal fobi, mesafeler vb.), yaşadıkları konumdan dolayı psikolojik destek alabilecekleri kurum veya uzmanların olmayışından kaynaklı zorluklar nedeniyle çevrimiçi psikolojik danışma hizmetinden yararlanmayı tercih edebilmektedirler.

Çevrimiçi psikolojik danışma mesafelerin üstesinden gelme, ruh sağlığı uzmanına kolayca ulaşamayan bireylerin ihtiyaçları olan hizmeti almasını kolaylaştırma, zaman ayıramayan danışmanlar için pratiklik sağlama gibi pek çok avantajıyla hem kolay hem de ulaşılabilir bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır (Zeren ve Bulut, 2018). Ayrıca Barak, Hen, Boniel Nissim ve Shapira (2008) farklı problemleri olan 9764 danışanı ele alarak yürüttükleri meta-analiz çalışmasında, çevrimiçi psikolojik danışmanın yüz yüze psikolojik danışma kadar etkili olduğu belirtmişlerdir. Öte yandan, çevrimiçi psikolojik danışmanın, danışanın beden dilinin ve sözsüz mesajlarının tam anlamıyla anlaşılabilmesi, mahremiyetin ve gizliliğin sağlanmasının zor olması, şimdi ve buradalığın yaşanmasını zorlaştırması, ciddi ve ağır psikolojik rahatsızlıklarla mücadele eden bireyler için uygun olmaması gibi dezavantajları da bulunmaktadır (Özdemir ve Barut, 2020).

İster yüz yüze ister çevrimiçi psikolojik danışma olsun, psikolojik danışmada güvenlik ve gizlilik en önemli unsurlar arasındadır. Gizlilik psikolojik danışmanlar için etik bir zorunluluk olmakla birlikte, gizliliğin sağlanması ve danışanın gizliliğin sağlanacağına olan güveni, terapötik ittifakın kurulması ve iyileştirici müdahalelerin etkin olabilmesi için büyük önem arz etmektedir (Zeren ve Bulut, 2018).

Buna nazaran psikolojik danışma hizmeti çevrimiçi platformlarda verildiğinde gizliliği sağlamak daha zor olabilmektedir. Çünkü çevrimiçi psikolojik danışma, mahremiyet/gizlilik, kişisel bilgilerin korunması, çevrimiçi platformları güvenle kullanma gibi sorunları da beraberinde getirmiştir (Damar, 2019). Geleneksel yüz yüze psikolojik danışmadan farklı olarak, çevrimiçi psikolojik danışmada, danışanın bulunduğu ortamın mahremiyete izin vermemesi, bilgisayar korsanları, virüsler, kullanılan teknolojik araç gereçlerin çalınması, bir şekilde harici ya da sabit diske zarar gelmesi, şifrelenmemiş dosyalara erişim, şahsi cihazlara izinsiz girişler gibi riskler ve tehditler söz konusudur (Zeren, 2020). Bu riskler ve tehditler, danışanların çevrimiçi psikolojik danışmaya ilişkin tutumunu etkileyebilmektedir.

Uluslararası alanyazın incelendiğinde, çevrimiçi mahremiyete ilişkin kaygı ve online psikolojik danışmaya karşı tutumun ilişkisini konu alan çalışmalar mevcuttur (Erdem, Bardakçı ve Erdem, 2016; Novella, Ng ve Samuolis, 2020; Richards ve Viganó, 2013; Shaughnessy, Rocheleau, Kamalou ve Moscovitch, 2017; Youn, 2009). Young (2005) danışanların çevrimiçi psikolojik danışmaya ilişkin kaygılarını incelediği araştırmasında, katılımcıların %52'sinin mahremiyet eksikliğini nedeniyle çevrimiçi psikolojik danışmaya ilişkin endişe duyduklarını belirtmiştir. Katılımcılar, özellikle, çevrimiçi psikolojik danışman ile yaptıkları görüşmelerin kaydının tutulabileceğinden ve eşlerinin ya da işverenlerinin çevrimiçi psikolojik danışman ile paylaştıkları özel düşünceleri potansiyel olarak görebileceklerinden endişe duyduklarını belirtmişlerdir (Young, 2005). Başka bir açıdan, Cipolletta ve Mocellin (2017)'in İtalyan psikologların çevrimiçi psikolojik danışmaya ilişkin tutumlarını inceledikleri çalışmalarında uzmanların %28'inin çevrimiçi danışmanlık hizmetlerinin kullanıcıların mahremiyetini garanti edemeyeceğini belirttiklerini bildirmişlerdir. Üniversite öğrencilerinin çevrimiçi ve yüz yüze danışmanlığa yönelik tutumlarının incelendiği çalışmalarda, öğrencilerin yüz yüze danışmanlığa kıyasla çevrimiçi danışmaya karşı daha fazla algılanan rahatsızlık ifade ettiklerini saptanmıştır (Bird, 2018; Lewis, Coursol, Bremer ve Komarenko, 2015; Rochlen, Beretvas ve Zack, 2004). Amos vd. 2020), Ganalı üniversite öğrencileri ile yürüttükleri nitel çalışmada çevrimiçi psikolojik danışma alan öğrencilerin seanslar yüz yüze olmadığı için en çok danışmanlarına güvenmekte zorlandıklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi ve yüz yüze danışmanlık aramaya yönelik tutumları ve yardım arama niyetlerinin incelendiği çalışmada, üniversite öğrencilerinin önemli ölçüde daha yüksek seviyelerde çevrimiçi danışmanlığa karşı rahatsızlık belirttikleri bildirilmiştir (Bird, Chow ve Yang, 2020).

Ulusal alanyazın incelendiğinde, Erdem, Bardakçı ve Erdem (2016) üniversite öğrencilerinin çevrimiçi danışmanlık hizmeti alma davranışlarını belirlemek amacıyla yürüttükleri çalışma kapsamında, çevrimiçi danışmanlık alma niyetindeki varyansın en çok internet kaygısından etkilendiğini belirtmişlerdir. Bir başka çalışmada, üniversite öğrencilerin, psikolojik danışma ve rehberlik hizmeti veren bir birimin okudukları fakülte içerisinde veya kolaylıkla ulaşabilecekleri bir konumda bulunmasını tercih ettikleri belirtilmiştir (Şensoy ve diğerleri, 2018). Bunun yanın sıra, üniversite psikolojik danışma ve rehberlik hizmeti sağlayan merkezlerde sunulan yardımların verilmiş

şekline bakıldığında, en az online ve telefonla yardımın talep edildiği görülmektedir (Erkan, Cihangir Çankaya, Terzi ve Özbay, 2012). Benzer şekilde, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi danışmanlığa karşı olumlu tutumlar bildirdikleri fakat teknik sınırlamalar ve gizlilik sorunları gibi çevrimiçi danışmanlıkla ilgili bazı endişeleri ve şüphelerinin olduğunu bildiren çalışmalar mevcuttur (Bacıoğlu ve Kocabıyık, 2019; Zeren ve diğerleri, 2020).

Araştırmanın Amacı Ve Araştırma Soruları

Çevrimiçi psikolojik danışmada gizlilik ve mahremiyetin ihlali gibi tehditlerin varlığı, bireylerin çevrimiçi psikolojik danışmaya karşı tutumunu etkileyebilmektedir. Yukarıdaki açıklamalardan hareketle, çevrimiçi psikolojik danışmaya giderek daha fazla ihtiyaç duyulmasına rağmen, mahremiyet kaygısı ya da güven duygusu gibi tehditler nedeni ile çevrimiçi psikolojik danışmaya karşı tutumun daha hassas hale geldiği ve yüz yüze danışmanlığın daha fazla tercih edilme eğiliminde olduğu görülmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin çevrimiçi ve yüz yüze psikolojik danışmaya ilişkin tutumlarını belirlemek ve sahip oldukları tutumun çevrimiçi mahremiyet kaygısı ile ilişkisini değerlendirmek amaçlanmıştır. Bu genel amaç çerçevesinde oluşturulan araştırma soruları şu şekildedir:

- Katılımcıların psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları, yüz yüze ve çevrimiçi danışmaya yönelik tutumları ve çevrimiçi mahremiyet tutumları ne düzeydedir?
- Katılımcıların psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları, çevrimiçi ve yüz yüze psikolojik danışmaya ilişkin tutumları ve çevrimiçi mahremiyet kaygıları arasındaki ilişki nedir?
- Katılımcıların psikolojik desteğe ihtiyaç duydukları hizmet alanları ve problem durumları nedir?
- Katılımcıların üniversitelerinde psikolojik destek alabilecekleri kurum ve kişilere dair farkındalık düzeyleri nedir?

Araştırmanın Önemi

Bu araştırmanın, psikolojik danışmaya en çok ihtiyaç duyan gruplardan biri olan üniversite öğrencilerinin (Cüceloğlu, 2009) çevrimiçi ve yüz yüze psikolojik danışmaya ilişkin tutumlarının betimlenmesinde ve bu konudaki kafa karışıklığının netleştirilmesine yönelik bilgi eksikliğinin giderilmesinde literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Diğer yandan böyle bir hizmetin nasıl ve nerede verileceğine ilişkin bilgi almak da verilecek kurumsal kararlara dayanak oluşturabilecektir. Çalışmanın, bu konudaki ilk çalışma olması bakımından alan yazına katkı sağlamasının yanında, Bursa Uludağ Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrencilerinin psikolojik danışma gereksinimlerine ve bu alanda sağlanabilecek psikolojik müdahale hizmetlerine ışık tutması beklenmektedir.

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Bu çalışma, Bursa Uludağ Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin çevrimiçi ve yüzyüze psikolojik danışma almaya ilişkin tutumları ile çevrimiçi mahremiyet kaygıları arasındaki ilişkiyi inceleyen ilişkisel tarama modelinde bir araştırmadır. Tarama modeli; geçmişte veya günümüzde gerçekleşen durumu herhangi bir müdahalede bulunmadan betimlemeyi amaçlamaktadır (Oral ve Çoban, 2020). İlişkisel tarama modeli ise; iki veya daha fazla değişken arasındaki birlikte değişimin varlığını ve derecesini belirlemeyi amaçlamaktadır (Karasar, 2006).

Evren ve Örneklem

Nicel türde ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilen bu araştırmanın hedef evrenini tüm Bursa Uludağ Üniversitesindeki öğrenciler oluşturmaktadır. Hedef evrene ulaşılması mümkün olmadığından alt evren olarak Bursa Uludağ Üniversitesinde Eğitim Fakültesi ve Fen Edebiyat Fakültelerinde 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılında öğrenim görmekte öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan 214 öğrenci bulunmaktadır ancak 2 öğrenci ilk aşamada yer alan “Çalışmaya gönüllü olarak katılmayı...” maddesine “Hayır, onaylamıyorum.” şeklinde cevap verdikleri için çalışma dışında bırakılmıştır. Sonuç olarak, 212 üniversite öğrencisi örneklemi oluşturmaktadır. İlişkisel tarama modelindeki araştırmalarda; bir örneklem üzerinden evren genelindeki eğilim, tutum ve görüşlerin nicel ya da nümerik olarak betimlenmesi hedeflenirken (Creswell, 2016) ilişkileri, bağlantıları inceleyerek olgunun daha iyi anlaşılması, tanımlanması beklenir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014).

Örneklem büyüklüğü belirlenirken araştırmacılar tarafından farklı yaklaşımlar öne sürülmektedir. Bazı araştırmacılar madde sayısının 10 katı örneklem olması gerektiğini öne sürerken (Nunnally, 1978) bazıları ise 4 katı olması gerektiğini belirtmiştir (MacCallum, Widaman, Preacher ve Hong, 2001). Araştırmacılar tarafından genel kabul gören yaklaşım ise madde sayısının en az 5 katı olması gerektiğidir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2014; Tavşancıl, 2006). Bu araştırma kapsamında, çalışma grubuna 36 maddelik bir ölçek formu uygulandığı dikkate alındığında 212 üniversite öğrencisi ile çalışmanın yapılmış olması istatistiksel analizler için yeterli sayıya ulaşıldığı şeklinde ifade edilebilir.

Araştırmanın çalışma grubu oluşturulurken ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden biri olan ulaşılabilir/uygun örnekleme yöntemi, araştırmacıların kolaylıkla ulaşabileceği katılımcıları örnekleme almasını ifade etmektedir (Özen ve Gül, 2007). Pratik ve ekonomik olması sebebiyle oldukça yaygın kullanılan bu teknik sayesinde araştırmacıların tanıdık çevresinin de örnekleme dâhil olma imkanı bulunmaktadır (Balcı, 2020).

Katılımcıların yaşları 19-39 ($\bar{X}=21,63$) arasında değişmektedir. Çalışma grubuna ait cinsiyet, eğitim durumu, öğrenim gördükleri fakülte/enstitü gibi diğer demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo-1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Çalışma Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımları

	Kategori	N	%
Cinsiyet	Kadın	167	78,8
	Erkek	45	21.2
Eğitim Durumu	Ön Lisans	3	1.4
	Lisans	203	95.8
	Yüksek Lisans	6	2.8
	Doktora	-	-
Fakülte/Enstitü	Eğitim Fakültesi	152	71.6
	Diğer	60	28.4

Veri Toplama Araçları

Kişisel Bilgi Formu: Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, öğrenim gördükleri fakülte gibi değişkenlere ilişkin bilgi toplamak amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşan toplam 8 maddelik bir form hazırlanmıştır.

Anket: Çalışma grubunun psikolojik desteğe ihtiyaç duydukları hizmet alanları ve problem alanlarını belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan anket soruları kapsamında öğrencilere çoklu seçim yapabilecekleri 2 soru yöneltilmiştir. Soruların cevabında verilecek seçenekler oluşturulurken, üniversite öğrencilerinin yaşadıkları problem durumları ve Üniversite PDR Hizmetleri konulu çalışmalar taranmış, Üniversite PDR Hizmetleri internet sitelerinin bulgularından yararlanılmıştır (Erkan ve diğerleri, 2012; Gizir, 2010; Kızıldağ, Demirtaş Zorbaz, Gençtanırım ve Arıcı, 2013; Koçyiğit ve Pamukçu, 2018; Ulu Ercan, 2018).

Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği-Kısa Form (PYAİTÖ-KF; Fischer ve Farina, 1995): Psikolojik yardım almaya ilişkin tutumu ölçmeye yönelik, 10 maddelik, tek boyutlu bir ölçektir. Ölçek 4'lü likert tipinde; (1)Kesinlikle Katılmıyorum, (2)Katılmıyorum, (3)Katılıyorum, (4)Kesinlikle Katılıyorum olarak puanlanmaktadır. Ölçeğinin bu formu 29 maddelik orijinal ölçeğin (Attitudes Toward Seeking Psychological Professional Help Scale, Fischer ve Turner, 1970) kısaltılmıştır. PYAİTÖ-KF'un, Türkçe'ye uyarlaması Topkaya (2011) tarafından yapılmıştır. Ölçek maddelerinin madde toplam test korelasyonları .30 ile .55 arasında bulunmuştur. PYAİTÖ-KF güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı .76 ve yapı güvenilirliği için hesaplanan McDonald'in güvenilirlik katsayısı .76 olarak bulunmuştur. Bu çalışma kapsamında yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach Alpha değeri ,71 olarak bulunmuştur.

Online ve Yüz yüze Psikolojik Danışma Tutum Ölçeği (Rochlen ve ark., 2004): Bireylerin çevrimiçi psikolojik danışmaya ve yüz yüze psikolojik danışmaya yönelik tutumlarını karşılaştırmalı bir şekilde ölçmeye yönelik, 20 maddelik, 4 alt boyutlu bir ölçektir. Ölçeğin alt boyutları; online danışmanın değeri (1-5), online danışmanın rahatsızlığı (6-10), yüz yüze danışmanın değeri (11-15), yüz yüze danışmanın rahatsızlığı (16-20) şeklindedir. Ölçek 6'lı likert tipinde; (1)Hiç Katılmıyorum, (2)Çoğunlukla Katılmıyorum, (3)Kararsızım, (4)Katılıyorum, (5)Çoğunlukla Katılıyorum, (6)Tamamen Katılıyorum olarak puanlanmaktadır. Demirci, Şar ve Manap (2014) tarafından Türkçe'ye uyarlama çalışmasında ölçek maddelerinin faktör yüklerinin .47 ile .88 arasında değiştiği bildirilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı Online danışmanın değeri alt boyutu için .84, Online danışmanın rahatsızlığı alt boyutu için .80, Yüz yüze danışmanın değeri alt boyutu için .88 ve Yüz yüze danışmanın rahatsızlığı alt boyutu için .78 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışma kapsamında yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach Alpha değeri ODD için ,87, ODR için ,78, YDD için ,89, YDR için ,86 olarak bulunmuştur.

Çevrimiçi Mahremiyet Kaygısı Ölçeği (ÇMÖ; Buchanan ve ark., 2007): Çevrimiçi mahremiyet kaygısını ölçmeye yönelik, orijinal çalışmada 16 maddelik, tek boyutlu bir ölçektir. Ölçek 5'li likert tipinde; (1)Hiç, (2)Biraz, (3)Orta Düzeyde, (4)Oldukça, (5)Çok Fazla olarak puanlanmaktadır. Ölçeğin Alakurt (2017) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen Türkçe'ye uyarlama çalışmaları sonucu toplam varyansın % 62.46'sını açıklayan, toplam 14 maddelik, üç alt boyutlu bir ölçme aracı elde edilmiştir. Alt boyutları; e-posta kullanımı (1-6), çevrimiçi güven (7-12), çevrimiçi ödeme (13-14) şeklindedir. İlk alt boyut, faktör yük değerleri .70 ile .82 arasında; ikinci alt boyut, faktör yük değerleri .48 ile .77 arasında; üçüncü alt boyut faktör yük değerlerinin .80 ile .83 arasında değişmektedir. Orijinal ölçekte tek boyut altında toplanan maddelerin, Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .93 iken ölçeğin bu araştırmada hesaplanan Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .89 olarak belirtilmiştir. Bu çalışma kapsamında yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin Cronbach Alpha değeri .79 olarak bulunmuştur.

Verilerin Toplanması

Araştırma için veri toplamak amacıyla öncelikle Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan (Tarih:28/05/2021; Oturum: 2021/05) onay alınmıştır. Ardından 2020-2021 Eğitim-Öğretim yılında Bursa Uludağ Üniversitesinde öğrenim görmekte olan ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden öğrencilerden veri toplanmıştır. Verilerin toplanması Google Formlar aracılığı ile sağlanmıştır. Araştırmacılar tarafından oluşturulan kişisel bilgi formu, anket ve araştırmada kullanılan ölçekleri içeren bir link oluşturulmuş ve sosyal medya (Whatsapp, Telegram, Facebook, Instagram) aracılığıyla paylaşılmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analizi için SPSS 20 programı kullanılmıştır. Toplanan veriler üzerinde yapılan ilk incelemede verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Örneklem sayısı

büyüdüğünde Kolmogorv-Smirnov testi normalliği reddetme eğiliminde olduğundan (Uysal ve Kılınç, 2022), normalliği belirlemek amacıyla normal olasılık grafikleri, çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Bu noktada, çarpıklık ve basıklık katsayısı -1,5 ile +1,5 aralığında (Tabachnick ve Fidell, 2013), -1,96 ile +1,96 aralığında (Can, 2019) veya -2 ile +2 aralığında ise (George ve Mallery, 2002) dağılımın normal kabul edilebilir olduğu görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda; PYAİTÖ için çarpıklık -,807, standart hatası ,167; basıklık ,876, standart hatası ,333; OYPDT ODD alt boyutu için çarpıklık -,745, standart hatası ,167; basıklık ,241, standart hatası ,333; ODR alt boyutu için çarpıklık ,694, standart hatası ,167; basıklık ,277, standart hatası ,333; YDD alt boyutu için çarpıklık -1,429, standart hatası ,167; basıklık 1,825 , standart hatası ,333; YDR alt boyutu için çarpıklık ,989, standart hatası ,167; basıklık ,906, standart hatası ,333; CMÖ için çarpıklık -,540, standart hatası ,167; basıklık ,260 , standart hatası ,333 olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiş ve bu nedenle araştırmada korelasyon analizi için Pearson Basit Doğrusal Korelasyon uygulanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın amaçlarına uygun olarak gerçekleştirilen analizlerine ilişkin bulgular ve yorumlar yer almaktadır.

Ölçekler Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Tablo 2’te öğrencilerin psikolojik danışma almaya ilişkin tutumu, online ve yüz yüze psikolojik danışma tutumu ve çevrimiçi mahremiyet kaygıları arasında bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Pearson Basit Doğrusal Korelasyon Analizi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 2. Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum, Online ve Yüz yüze Psikolojik Danışma Tutumu ve Çevrimiçi Mahremiyet Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Bulguları

	1	2.1	2.2	2.3	2.4	3
1.Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum	1	.371**	-.468**	.557**	-.528**	.079
2.Online ve Yüz Yüze Psikolojik Danışmaya İlişkin Tutum						
2.1.Online Danışmanın Değeri		1	-.334**	.545**	-.187**	.107
2.2.Online Danışmanın Rahatsızlığı			1	-.319**	.718**	.148**
2.3.Yüz Yüze Danışmanın Değeri				1	-.461**	.176*

2.4.Yüz Yüze Danışmanın Rahatsızlığı	1	.026
3.Çevrimiçi Mahremiyet Ölçeği-Çevrimiçi Güven Alt Boyutu		1

n=212, * $p<.05$, ** $p<.01$

Elde edilen istatistiksel sonuçlara göre, öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları ile online danışma değerine ilişkin tutumları arasında zayıf düzeyde ($r=.371$, $p<.01$), yüz yüze danışmanın değerine ilişkin tutumları arasında orta düzeyde ($r=.557$, $p<.01$) pozitif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Bir başka deyişle psikolojik yardım almaya ilişkin olumlu tutumu olan öğrencilerin hem online danışmanın hem de yüz yüze danışmanın değerine karşı olan tutumları da olumlu yönde olmuştur. Paralel şekilde, öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları ile online danışma rahatsızlığına ilişkin tutumları arasında orta düzeyde ($r=-.468$, $p<.01$), yüz yüze danışmanın rahatsızlığına ilişkin tutumları arasında orta düzeyde ($r=-.528$, $p<.01$) negatif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Yani psikolojik yardım almaya ilişkin olumlu tutumu olan öğrencilerin online ve yüz yüze danışmanın rahatsızlığına ilişkin tutumları daha az olmuştur. Bunun yanı sıra, öğrencilerin çevrimiçi mahremiyet ölçeği güven alt boyutu ile online danışmanın rahatsızlığı alt boyutu arasında zayıf düzeyde ($r=-.148$, $p<.01$) ve yüz yüze danışmanın değeri alt boyutu arasında zayıf düzeyde ($r=-.176$, $p<.05$) pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Bir başka deyişle, çevrimiçi mahremiyet kaygısı taşıyan öğrencilerin online danışmadan daha fazla rahatsızlık duyduğu ve yüz yüze danışmayı daha değerli buldukları gözlenmiştir. Son olarak, online danışma rahatsızlığı ve yüz yüze danışma rahatsızlığı alt boyutları arasında yüksek düzeyde ($r=.718$, $p<.01$) pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Yüz yüze danışmadan rahatsız olduğunu belirten öğrenciler diğer öğrencilere kıyasla online danışmadan daha çok rahatsız olduklarını belirtmişlerdir.

Anket Sorularına Ait Betimsel Bulgular

Tablo 3. Psikolojik Desteğe İhtiyaç Duydukları Hizmet Alanları ve Problem Durumlarına İlişkin Bulgular

	Kategori	N	%
Üniversitenizde bir Psikolojik Danışma ve Rehberlik Merkezi olsaydı, hangi hizmetleri almak isterdiniz?	Bireysel Psikolojik Danışma	191	88.8
	Grupla Psikolojik Danışma	88	40.9
	Oryantasyon (Uyum) Programları	91	42.3
	Kişisel, Eğitsel ve Mesleki Gelişim Seminerleri	162	75.3
	Acil Durum veya Kriz Anlarında Müdahale Hizmetleri	100	46.5
	Her Daim Erişime Açık Olabilen Kendine Yardım Broşürleri	64	29.8
	Var Olan Potansiyelimi Arttırmak İçin Eğitim ve Gelişim Grupları		

Yeni Bilgi, Beceri ve Davranış Kazanmaya Yönelik Atölye			
	Çalışmaları	145	67.4
Kendimi Anlamak ve Karar Vermemi Kolaylaştırmak İçin			
	Ölçme ve Değerlendirme Hizmetleri	137	63.7
Yardım Alabileceğim Farklı Birimler Hakkında			
	Bilgilendirme	144	67
		90	41.9
Hangi durumlarda	Duygu-Durum Sıkıntıları (Kaygı, Depresyon)	177	82.3
psikolojik yardım	Travma (Kayıp, Taciz)	81	37.7
almak isterdiniz?	Kayıp Ve Yas	64	29.8
	Yeme Bozuklukları	40	18.6
	Akademik/Mesleki Sorunlar	133	61.9
	Gelecek Kaygısı	159	74
	Aile İçi İlişkiler	101	47
	Arkadaşlık İlişkileri	82	38.1
	Karşı Cinsle İlişkiler	92	42.8
	Cinsellikle İlgili Sorunlar	47	21.9
	Ekonomik Sıkıntılar	63	29.3
	Uyum Sorunları	76	35.3
	Sigara, Alkol, Madde Kullanımı	24	11.2
	Sağlık Problemlerinden Kaynaklanan Sorunlar	32	14.9
	Uyku Bozuklukları	70	32.6
	Olumsuz Benlik Algısı	87	40.5
	Kendini Tanıma	117	54.4
	Zaman Yönetimi	117	54.4
	Verimli Ders Çalışmama	94	43.7

Tablo 3'te yer alan yararlanmak istedikleri hizmet alanlarına bakıldığında, öğrenciler en çok bireysel psikolojik danışma (%88.8) hizmetini almak istediklerini belirtmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin yarısından fazlasının kişisel, eğitsel ve mesleki gelişim seminerleri (%75.3), var olan potansiyelimi arttırmak için eğitim ve gelişim grupları (%67.4), yeni bilgi, beceri ve davranış kazanmaya yönelik atölye çalışmaları (%63.7), kendimi anlamak ve karar vermeme kolaylaştırmak için ölçme ve

değerlendirme hizmetleri (%67) gibi hizmet alanlarını tercih ettiği görülmektedir. En az talep edilen hizmet alanı ise her daim erişime açık olabilen kendine yardım broşürleri (%29.8) şeklinde olmuştur. Öğrencilerin psikolojik yardım almak istedikleri problem alanlarına bakıldığında ise ilk sırada duygu-durum düzeylerinde değişimler konusunda yardım almak istedikleri (%82.3) yer almaktadır. Duygu durumundaki değişimlerin düzenlenmesine yönelik ihtiyacı gelecek kaygısı (%74) ile yardım alma ihtiyacı takip etmiştir. Buna nazaran sigara, alkol, madde kullanımı öğrenciler tarafından psikolojik yardım almak isteyecekleri en son (%11.2) problem durumu olarak görülmektedir.

Benzer şekilde, çalışma grubunun üniversitelerinde bir PDR merkezinin yokluğuna ve hizmet alabilecekleri bir psikoloğun varlığına yönelik farkındalıklarını belirlemek amacıyla, Kişisel Bilgi Formu kapsamında öğrencilere iki soru yöneltilmiştir.

Tablo 4. PDR Merkezi ve Psikolog Varlığı/Yokluğu Farkındalığına İlişkin Bulgular

	Kategori	N	%
Üniversitenizde Psikolojik Danışma ve Rehberlik Merkezi olmadığını farkında mısınız?	Evet	135	63.7
	Hayır	77	36.3
Üniversitenizin Mediko-Gençlik Danışma Merkezinde, ücretsiz psikolojik destek alabileceğiniz bir psikoloğun bulunduğundan haberdar mıydınız?	Evet	54	25.5
	Hayır	158	74.5
Önceki soruya yanıtınız “Hayır” ise, öğrendikten sonra araştırmayı/başvurmayı düşünüyor musunuz? (Üniversite Danışma Merkezine Başvuru Niyeti)	Evet	69	40.2
	Hayır	12	6.9
	Kararsızım	91	52.9

Tablo 4’te yer alan değerlere bakıldığında, öğrencilerin yarısından fazlasının (%63.7) üniversitesinde Psikolojik Danışma ve Rehberlik Merkezi olmadığını farkındadır. Ancak, öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%74.5) üniversitesinde destek alabileceği bir psikoloğun bulunduğundan haberdar değildir. Haberdar olan öğrencilerin ise psikoloğun varlığından nasıl haberdar olduklarını ölçmek amaçlı yöneltilen soruya öğrencilerin yanıtları şu şekildedir; “Arkadaş veya Öğretim Elemanı Aracılığıyla” (%88.3), “Üniversite Web Sayfası Aracılığıyla” (%5), “Afiş/Broşür Aracılığıyla” (%5), “Seminer Aracılığıyla” (%1.7).

Ölçeklere Ait Betimsel Bulgular

Tablo 5’de öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutum, online ve yüz yüze psikolojik danışma tutumu ve çevrimiçi mahremiyet puanlarına ilişkin betimsel bulgular sunulmuştur.

Tablo 5. Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum, Online ve Yüz yüze Psikolojik Danışma Tutumu ve Çevrimiçi Mahremiyet Puanlarına İlişkin Betimsel Bulgular

	N	\bar{X}	SS
Psikolojik Yardım Almaya İlişkin Tutum Ölçeği	212	29.66	3.97
Online ve Yüz Yüze Psikolojik Danışma Tutum Ölçeği			
Online Danışma Değeri	212	22.24	5.78
Online Danışmanın Rahatsızlığı	212	12.91	5.29
Yüz Yüze Danışmanın Değeri	212	26.34	4.44
Yüz Yüze Danışmanın Rahatsızlığı	212	11.71	5.56
Çevrimiçi Mahremiyet Ölçeği-Çevrimiçi Güven Alt Boyutu	212	19.30	3.78

Öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutum puanları 15-36 aralığında (\bar{X} =29,66, SS=3,97), online danışma değeri puanları 5-30 aralığında (\bar{X} =22,24, SS=5,78), online danışmanın rahatsızlığı puanları 5-30 aralığında (\bar{X} =12,91, SS=5,29), yüz yüze danışmanın değeri puanları 5-30 aralığında (\bar{X} =26,34, SS=4,44), yüz yüze danışmanın rahatsızlığı puanları 5-30 aralığında (\bar{X} =11,71, SS=5,56) ve çevrimiçi güven mahremiyet ölçeği çevrimiçi güven alt boyutu puanları 5-25 aralığında (\bar{X} =19,30, SS=3,78) değişmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Üniversite öğrencilerinin psikolojik yardım almak istedikleri konuların başında duygu durumlarında yaşadıkları düzensizlikler olduğu görülmektedir. Cüceloğlu (2009) ergenlik ve beliren yetişkinlik dönemindeki bireylerin kimlik arayışında olduklarını, bu dönemde duygular arasında geçişin çok daha hızlı ve yoğun olduğunu, bu nedenle bireylerin daha fazla duygu karmaşası yaşadıklarını ifade etmiştir. Alan yazın incelendiğinde, duygu durum sorunlarının üniversite öğrencilerinde en çok rastlanan sorunlardan birisi olduğu ve öfke (Duman, Yılmaz, Umunç ve İmre, 2019), yeme bozuklukları (Deveci, Güvenderer Doksat, Yektaş ve Doksat, 2016), anksiyete, depresyon, intihar girişimi ve tükenmişlik (Ekmekçi Ertek, Özkan, Candansayar ve İlhan, 2020) gibi pek çok psikolojik sorunun temelinde duygu durum sorunlarının yer aldığı görülmektedir.

Bu ihtiyacı, yine büyük oranda (%74) gelecek ya da kariyer konusundaki kaygıları izlemektedir. Yaşam dönemleri bağlamında gelecek kaygısı ele alındığında, üniversite yıllarının yer aldığı beliren yetişkinlik döneminde bu kaygının en belirgin şekilde yaşandığı görülmektedir (Çakmak ve Hevedanlı, 2004; Dinç ve Erden-Çınar, 2019; Kaya ve Varol, 2004; Kula ve Saraç, 2016). Gelecek

ve kariyer konusundaki kaygının, işsizlik kaygısı (Tekin Tayfun ve Korkmaz, 2016), kişisel/mesleki yetersizlik duygusu (Haskan Avcı, Karababa ve Zencir, 2019), sınav kaygısı ve umutsuzluk (Oral Kara, 2020), depresyon ve stres (Dağtekin ve diğerleri, 2020) gibi pek çok sorun ile yakından ilişkili olduğunu gösteren pek çok çalışma vardır. Dünyada yaşanan önemli değişimlerin meydana getirdiği belirsizlikler ve Türkiye’deki işsizlik oranları göz önünde bulundurulduğunda, genç nüfusun geleceğe yönelik kaygı düzeylerinin etkilendiğini söylemek mümkündür.

Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin daha az bir bölümü (%11,2) sigara, alkol, madde kullanımını bir problem olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Yapılan çalışmalar, Türkiye’de üniversite öğrencileri arasında sigara, alkol ve madde kullanımının batı ülkelerine göre daha düşük olduğunu göstermektedir (Coşkun, 2019). Mersin’de 2004 yılında üniversite öğrencilerinde yapılan bir çalışmada, öğrencilerin %50,5’inin en az bir kez ve %43,9’unun halen alkol kullandığı belirlenmiştir. Yine aynı çalışmada erkeklerin %55,2’sinin ve kızların %45,1’inin en az bir kez alkol kullandığı belirlenmiştir (Tot ve diğerleri, 2004). Konya, Ankara ve İzmir’de üniversite öğrencilerinde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar bulunmuştur (Akvardar ve Aslan, 2001; Çifter ve Karaboncuk, 1988). Öte yandan, Brezilya’da Sao Paulo Üniversitesinde yapılan benzer bir çalışmada araştırmaya katılan öğrencilerin %84,9’unun halen alkol kullandığı; kızlarda kullanım oranının %84,5 ve erkeklerde kullanım oranının %85,4 olduğu belirlenmiştir (Stempliuk, Barroso, Andrade, Nicastri ve Malbergier, 2005) Amerika’da 2006 yılında yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin %97,4’ünün en az bir kez, %88,7’sinin halen alkol kullandığı; halen kullanma oranının kızlarda %85,2 ve erkeklerde %91,3 olduğu belirlenmiştir (Barber, 2006). Bunun yanı sıra, aile yanında ya da yurttan kalma, sağlık bilimlerini temsil eden fakültelerde okuma gibi unsurların sigara, alkol, madde kullanımında koruyucu faktörler olarak değerlendirilebileceğini belirten çalışmalar da mevcuttur (Havaçeliği Atlam ve Yüncü, 2017). Alan yazındaki çalışmalara benzer şekilde, Bursa Uludağ Üniversitesi öğrencileri de sigara, alkol, madde kullanımını diğer problem alanlarına kıyasla daha az bir problem alanı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bu durum sanılanın aksine üniversite öğrencilerinin patolojik bağımlılık yaşamadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Öğrencilerin yararlanmak istedikleri hizmet alanlarına bakıldığında, öğrenciler en çok bireysel psikolojik danışma (%88,8) hizmetini almak istediklerini belirtmiştir. Türkiye’de yapılan araştırmaların bulguları üniversite öğrencilerinin en çok duygusal sorunlar yaşadıklarını göstermektedir (Deniz, Avşaroğlu ve Hamarta, 2004; Özbay, Erkan, Cihangir Çankaya ve Terzi 2008). Duygusal sorunların bireyle psikolojik danışmada daha etkin olarak ele alınacağı algısı öğrencilerin bu tercihinin yansıtılmaktadır (Ercan, 2019). Bunun yanı sıra, sosyal damgalanma korkusu da öğrencilerin bireyle psikolojik danışma almaya yönelik tercihlerinde belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Gürsoy ve Gizir, 2018; Sezer ve Gülleroğlu, 2016). Son olarak, öğrencilerin grupla psikolojik danışma ya da seminer türü araçlarla yapılan yardımdan ziyade bireysel yardımların daha özel ve öznel olduğunu düşünmeleri ya da şu ana kadar aldıkları yardım türleri konusunda

istedikleri değişimi yaşamadıklarına dair deneyimlerinin olması bu tercihlerinin nedenleri arasında gösterilebilir.

Bununla birlikte öğrencilerin yarısından fazlasının kişisel, eğitsel ve mesleki gelişim seminerleri (%75,3), var olan potansiyelimi arttırmak için eğitim ve gelişim grupları (%67,4), yeni bilgi, beceri ve davranış kazanmaya yönelik atölye çalışmaları (%63,7), kendimi anlamak ve karar vermeme kolaylaştırmak için ölçme ve değerlendirme hizmetleri (%67) gibi hizmet alanlarını tercih ettiği görülmektedir. Bu bulgu ise, öğrencilerin yardımın türü konusunda bilinçli olduklarını göstermektedir. Ayrıca, öğrencilerin bu tercihlerinin üniversite psikolojik danışma ve rehberlik merkezlerinde yardım verenlerin ne gibi konu başlıklarını dikkate almaları gerektiği konusunda oldukça yol gösterici olduğu söylenebilir.

En az talep edilen hizmet alanı ise her daim erişime açık olabilen kendine yardım broşürleri (%29,8) şeklinde olmuştur. Üniversite öğrencileri yaşadıkları sorunları çözmekte bazen kendi kendilerine yeterli olabilirlerken, çoğu zaman bir uzman yardımına ihtiyaç duyabilmektedirler. Öğrencilerin uzmanlardan yardım almaları yaşadıkları problemlerle baş etmelerinde oldukça önemli gözükmektedir (Özbay, Terzi, Erkan ve Çankaya, 2011). Bu bulgu ile, kendine a-yardım broşürleri genelde sosyal proje ya da etkinliklerde sık kullanılan bir yöntem olsa da öğrenciler tarafından etkisiz bir yöntem olarak açıkça belirtildiği görülmektedir.

Öğrencilerin yarısından fazlasının (%63,7) üniversitelerinde Psikolojik Danışma ve Rehberlik Merkezi olmadığını farkında olduğu görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin psikolojik danışma ve rehberlik merkezinin varlığından haberdar olmamaları, yürütülen çalışmalara ilişkin duyurulardan haberdar olmamaları ve merkezin kampüsteki yerini bilmemeleri üniversite psikolojik danışma merkezlerini tercih etmemenin başlıca nedenleri arasında ifade edilmektedir (Coşkun, 2018). Bu çalışmada, öğrencilerin yardıma ihtiyaçlarının farkında olduğunu fakat yardım kaynakları konusunda bilgilerinin olmadığını söylemek mümkündür. Bu durum, üniversitede oryantasyon sürecinin ya da psikolojik yardım almaya ilişkin yapılan yönlendirmelerin yeterli olmadığını göstermektedir.

Daha da şaşırtıcı olanı büyük bir çoğunluğu (%74,5) üniversitelerinde destek alabilecekleri bir psikoloğun varlığından habersizdirler. Bu bulgu öğrencilerin psikolojik danışma yardımına ihtiyaçları var iken yardım almadıklarını/alamadıklarını gösterebilir. Bu durum, öğrencilerin nereden yardım alabilecekleri konusundaki bilgilerinin yeterli olmayışı, yardım alma konusunda çevrelerinde yeterince desteklenmemeleri ya da yardım aldıklarında toplum tarafından sorunlu bir birey olarak değerlendirilme kaygısı taşımalarından kaynaklanabilir (Gürsoy ve Gizir, 2018; Karataş, Karataş ve Gizir, 2013; Kızıldağ, Demirtaş Zorbaz, Gençtanırım ve Arıcı, 2013).

Haberdar olan öğrencilerin ise psikoloğun varlığından nasıl haberdar olduklarını ölçmek amaçlı yöneltilen soruya öğrencilerin yanıtları şu şekildedir; “Arkadaş veya Öğretim Elemanı Aracılığıyla” (%88,3). Benzer çalışmalarda da aynı bulgulara rastlanmış, psikolojik danışma yardımı alan öğrencilerin %49,1’inin böyle bir yardımın varlığını arkadaşlarından ve %28,3’i akademik

danışmanından öğrendiklerini belirtmişlerdir (Kızıldağ ve diğerleri, 2013). Üniversite öğrencileri arasında arkadaş çevresinin önemli bir etkisi olduğu ve bu nedenle psikolojik danışma hizmetlerinin öğrencilere tanıtılmasında akranların önemli bir kaynak olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, konu hakkında yapılacak çalışmalarda akranlarla iş birliğinin gerekliliği belirtilebilir. Fakat, bu bulgu aynı zamanda kurumsal bilgilendirme ve oryantasyonun eksik olduğunu gözler önüne sermektedir. Nitekim aşağıdaki veriler de bu alanda bir eksiklik yaşandığını göstermektedir. Üniversite Web Sayfası Aracılığıyla” (%5), “Afiş/Broşür Aracılığıyla” (%5), “Seminer Aracılığıyla” (%1,7). Bu bağlamda, özellikle üniversite oryantasyon çalışmalarında psikolojik danışma hizmetlerinin ve kaynaklarının tanıtılmasına yer verilmelidir.

Bu çalışma kapsamında elde edilen bir diğer önemli bulgu, öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları ile online danışma değerine ilişkin tutumları ve yüz yüze danışmanın değerine ilişkin tutumları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulgusudur. Bir başka ifade ile, psikolojik yardım almaya ilişkin olumlu tutumu olan öğrencilerin hem online danışmanın hem de yüz yüze danışmanın değerine karşı olan tutumları da olumlu yönde olmuştur. Bu bulgu, üniversite öğrencilerinin psikolojik danışma yardımı almaya ilişkin tutumunun olumlu olması (Kızıldağ ve diğerleri, 2013) ve daha önce psikolojik yardım almış ve yardımın yararlılığına ilişkin görüş belirtmiş öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin daha olumlu bir tutum sergiledikleri (Altundağ, Kılıç ve Biçer, 2021) bulgularıyla paralellik göstermektedir. Benzer şekilde, öğrencilerin psikolojik yardım almaya ilişkin tutumları ile online danışma rahatsızlığına ilişkin tutumları arasında, yüz yüze danışmanın rahatsızlığına ilişkin tutumları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Yani psikolojik yardım almaya ilişkin olumlu tutumu olan öğrencilerin online ve yüz yüze danışmanın rahatsızlığına ilişkin tutumları daha az olmuştur.

Bunun yanı sıra, öğrencilerin çevrimiçi mahremiyet ölçeği güven alt boyutu ile online danışmanın rahatsızlığı alt boyutu arasında ve yüz yüze danışmanın değeri alt boyutu arasında pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Bir başka deyişle, çevrimiçi mahremiyet kaygısı taşıyan öğrencilerin online danışmadan daha fazla rahatsızlık duyduğu ve yüz yüze danışmayı daha değerli buldukları gözlenmiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, çevrimiçi mahremiyete ilişkin kaygı düzeyi yüksek olan öğrencilerin, online danışma rahatsızlığı puanlarının da yüksek olduğu görülmektedir. Çevrimiçi psikolojik danışmada, danışanın bulunduğu ortamın mahremiyete izin vermemesi, bilgisayar korsanları, virüsler, şifrelenmemiş dosyalara erişim, şahsi cihazlara izinsiz girişler gibi riskler ve tehditler, danışanların çevrimiçi psikolojik danışmaya ilişkin tutumunu olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Zeren, 2020). Öte yandan, çevrimiçi psikolojik danışmanın ülkemizde yaygın olmamasının ve bu konuda süreç ile ilgili bilgi eksikliklerinin yaşanmasının (Damar, 2019), öğrencilerin online danışmadan rahatsızlık duymalarında etkili olduğu söylenebilir (Özer, Yıkılmaz, Altınok ve Bayoğlu, 2016). Bunun yanı sıra, çevrimiçi mahremiyete ilişkin kaygı düzeyi yüksek olan öğrencilerin yüz yüze danışma değeri puanlarının da yüksek olduğu saptanmıştır. Bu bulgu, online psikolojik danışma alan öğrencilerle yapılan çalışmada, öğrencilerin seanslar yüz yüze olmadığı için

en çok danışmanlarına güvenmekte zorlandıklarını belirttikleri çalışmanın bulgusu ile tutarlıdır (Amos, Bedu Addo ve Antwi, 2020). Buna ek olarak, öğrencilerin çevrimiçi danışmaya kıyasla yüz yüze danışmanlığa karşı daha yüksek değer ve daha az rahatsızlık bildirdikleri bulgusu da araştırmanın bu sonucunu destekler niteliktedir (Bird, 2018; Lewis ve diğerleri, 2015; Rochlen ve diğerleri, 2004).

Sonuç olarak, üniversite psikolojik danışma merkezlerinin görünürlüklerini artırarak öğrencilere ulaşması ve sağladıkları hizmetler konusunda öğrencileri bilgilendirmesi öğrencilerin psikolojik danışma almaya ilişkin tutumunu olumlu yönde etkileyebilecek bir öneri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, üniversite bünyelerinde online psikolojik danışma hizmetlerinin erişilebilirliğinin artırılması ve bu hizmetlerin kapsamı ve niteliği konusunda öğrencilerin bilgilendirilmesi, ihtiyaç duyan öğrencilerin psikolojik danışma hizmetlerinden yararlanabilmesi adına önem arz etmektedir. Buna ek olarak, öğrencilerin çevrimiçi mahremiyetlerini sağlamak adına gerekli tedbirlerin de sağlanması öğrencilerin bu hizmetlerden yararlanmasını kolaylaştırıcı bir etken olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akvardar, Y. ve Aslan, B. (2001). Dokuz eylül üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinde sigara, alkol ve madde kullanımı. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 617-23.
- Alakurt, T. (2017). Adaptation of online privacy concern scale into Turkish culture. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 7(4), 611-636, doi:10.14527/pegegog.2017.022
- Altundağ, Y., Kılıç, Z. H., ve Biçer, O. (2021). Üniversite öğrencilerinde psikolojik yardım almaya ilişkin tutumun ve psikolojik yardım alma niyetinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(80), 1933-1950. doi: 10.17755/esosder.887942
- Amos, P. M., Bedu Addo, P. K. A., & Antwi, T. (2020). Experiences of online counseling among undergraduates in some ghanaiian universities. *SAGE Open*, 10(3). doi:10.1177/2158244020941844
- Bacıoğlu, S. D. ve Kocabıyık, O. (2019). Counseling trainees' views towards usage of online counseling in psychological services. *European Journal of Education Studies*, 5(12), 46-60. doi:10.5281/zenodo.2597546
- Balcı, A. (2020). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Ankara: Pegem Akademi.
- Barak, A., & Grohol, J. M. (2011). Current and future trends in internet-supported mental health interventions. *Journal of Technology in Human Services*, 29(3), 155-196. doi: 10.1080/15228835.2011.616939
- Barak, A., Hen, L., Boniel Nissim, M., & Shapira, N. (2008). A comprehensive review and a meta-analysis of the effectiveness of internet-based psychotherapeutic interventions. *Journal of Technology in Human Services*, 26(2), 109-159. doi: 10.1080/15228830802094429
- Barber, M. W., & Fairclough, A. (2006). A comparison of alcohol and drug use among dental undergraduates and a group of non-medical, professional undergraduates. *British Dental Journal*, 201(9), 581-584. doi: 10.1038/sj.bdj.4814203
- Bastemur, S. ve Bastemur, E. (2015). Technology based counseling: perspectives of Turkish counselors. *ProcediaSocial and Behavioral Sciences*, 176, 431-438.
- Bird, M. D., Chow, G. M., & Yang, Y. (2020). College students' attitudes, stigma, and intentions toward seeking online and face-to-face counseling. *Journal of Clinical Psychology*, 76, 1775-1790. doi:10.1002/jclp.22956
- Bird, M. D., Chow, G. M., Meir, G., & Freeman, J. (2018). Student-athlete and student non-athletes' stigma and attitudes toward seeking online and face-to-face counseling. *Journal of Clinical Sport Psychology*, 12(3), 347-364. doi: 10.1123/jcsp.2017-0010

- Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A. N., & Reips, U. D. (2007). Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157-165. doi: 10.1002/asi.20459
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Can, A. (2019). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cipolletta, S., & Mocellin, D. (2017). Online counseling: An exploratory survey of Italian psychologists' attitudes towards new ways of interaction. *Psychotherapy Research*, 909-924. doi: 10.1080/10503307.2016.1259533
- Cohen, G. E., & Kerr, B. A. (1999). Computer-mediated counseling: an empirical study of a new mental health treatment. *Computers in Human Services*, 34(2), 145-160. doi: 10.1300/J407v15n04_02
- Cook, E., & Doyle, C. (2004). Working alliance in online therapy as compared to face-to-face therapy: Preliminary results. *CyberPsychology and Behavior*, 5(2), 95-105. doi: 10.1089/109493102753770480
- Coşkun, F., Özçırpıcı, B. ve Özgür, S. (2019). Gaziantep Üniversitesi Merkez Kampüsü'ndeki lisans öğrencilerinde alkol ve madde kullanma durumu. *Ortadoğu Tıp Dergisi*, 11(2), 143-147. doi: 10.21601/ortadogutipdergisi.471191
- Coşkun, Y. (2018). Üniversite öğrencilerinin psikolojik danışma ve rehberlik ihtiyaç örüntüleri ve başvurdukları yardım kaynakları. *Electronic Turkish Studies*, 13(2), 213-228. doi:10.7827/TurkishStudies.12898
- Creswell, J. W. (2016). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*. (S.B. Demir, Çev.) Ankara: Eğiten Kitap.
- Cüceloğlu, D. (2009). *Ergenlik ve öfke sorusu*. Erişim adresi: <http://www.dogancuceloglu.net/yazilar/520/ergenlik-ve-ofke-sorusu/>
- Çakmak, Ö. ve Hevedanlı, M. (2004). *Biyoloji öğretmen adaylarının kaygılarını etkileyen etmenler. XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Çifter, İ. ve Karaboncuk, F. (1988). *Üniversite öğrencilerinin tıbbi amaçlar dışında ilaç ve diğer maddeleri kullanma alışkanlıkları*. 19-23 Eylül XXIV. Ulusal Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Kongresi; Serbest Bildiriler, Ankara.
- Dağtekin, G., Dalkılıç, M., Çakıcı, F., Çakır, A., Ekin, A., Öztünç, D. ve Işıklı, B. (2020). Tıp fakültesi öğrencilerinde gelecek kaygısı, depresyon ve stres ilişkisinin değerlendirilmesi. *Türk Tıp Öğrencileri Araştırma Dergisi*, 2(3), 135-142.
- Damar, E. (2019). *Çevrimiçi psikolojik danışmaya yönelik danışmanların görüşleri*. (Yüksek lisans tezi). YÖKTEZ veri tabanından erişildi (585723).

- Demirci, İ., Şar, A. H., & Manap, A. (2014). The validity and reliability of the Turkish version of the Online Counseling and Face-To-Face Counseling Attitudes Scale. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 1(1), 15–22. doi: 10.17220/ijpes.2014.01.002
- Deniz, M. E., Avşaroğlu, S. ve Hamarta, E. (2004). Psikolojik danışma servisine başvuran üniversite öğrencilerinin psikolojik belirti düzeyleri. *SÜ Eğitim Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 1-12.
- Deveci, E., Güvendeğer-Doksat, N., Yektaş, Ç., & Doksat, K. (2016). The relationship between eating attitudes and mood disorders of female university students. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 21 (2), 129-134 . doi: 10.21673/anadoluklin.180737
- Dinç, S. ve Erden-Çınar, S. (2019). Bilişsel davranışçı yaklaşıma dayalı grupla psikolojik danışma uygulamasının üniversite öğrencilerinin gelecek kaygıları ve yetkinlik inançları üzerine etkisi. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 15-28. doi: 10.19160/ijer.608132
- Dinçyürek, S., & Uygarer, G. (2012). Conduct of psychological counseling and guidance services over the internet. *Converging communications. Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 77–81.
- Duman, N., Yılmaz, S., Umunç, Ş. ve İmre, Y. (2019). Üniversite öğrencilerinde duygudurum düzenleme ve öfke. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 1-9. doi: 10.21733/ibad.505283
- Ekmekci Ertek, İ., Özkan, S., Candansayar, S. ve İlhan, M. (2020). Tıp fakültesi öğrencilerinde stres, tükenmişlik ve depresyon. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 5(1), 10-20.
- Ercan, E. (2019). Yükseköğretimde psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerine genel bir bakış. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (47), 46-56.
- Erdem, A., Bardakçı, S., & Erdem, Ş. (2016). Receiving online psychological counseling and its causes: a structural equation model. *Current Psychology*, 37(3), 591–601. doi:10.1007/s12144-016-9542-z
- Erkan, S., Cihangir Çankaya, Z., Terzi, Ş. ve Özbay, Y. (2012). Üniversite psikolojik danışma ve rehberlik merkezlerinin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(22), 174-198.
- Fischer, E. H., & Farina, A. (1995). Attitudes toward seeking professional psychological help: A shortened form and considerations for research. *Journal of College Student Development*, 36, 368-373.
- Fischer, E. H., & Turner, J. L. (1970). Development and research utility of an attitude scale. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 35, 79-90.
- George, D., & Mallery, M. (2002). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 11.0 update*. Boston: Pearson.
- Gizir, C. (2011). Üniversite psikolojik danışma ve rehberlik merkezleri'nin rol ve işlevleri: gelişmeler ve sınırlılıklar. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 11-25.

- Gizir, D. (2005). Stratejik planlama: Orta Doğu Teknik Üniversitesi psikolojik danışma ve rehberlik merkezi örneği. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 43(43), 309-325.
- Gürsoy, O. ve Gizir, C. (2018). Üniversite öğrencilerinin psikolojik yardım almaya yönelik tutumları: sosyal damgalanma, kendini damgalama, öznel sıkıntıları açma, benlik saygısı ve cinsiyetin rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 8(49), 137-155.
- Haskan Avcı, Ö., Karababa, A. ve Zencir, T. (2019). Toplumsal cinsiyet bağlamında erkek okul öncesi öğretmen adayları: algıladıkları güçlükler ve gelecek kaygıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(4), 1092-1106.
- Havaçeliği-Atlam, D., & Yüncü Z. (2017). Relationship between cigarette, alcohol, substance use disorders and familial drug use in university students. *J Clin Psy*. 20(3), 161-170. doi: 10.5505/kpd.2017.88598
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karataş, A., Karataş, A. ve Gizir, C. (2013). Üniversite öğrencilerinin psikolojik danışma gereksinimlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(28-3), 250-265.
- Kaya, M. ve Varol, K. (2004). İlahiyat fakültesi öğrencilerinin durumluk-sürekli kaygı düzeyleri ve kaygı nedenleri (Samsun örneği). *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(17), 31-63.
- Kızıldağ, S., Demirtaş Zorbaz, S., Gençtanırım, D. ve Arıcı, F. (2013). Hacettepe Üniversitesi öğrencilerinin psikolojik danışma yardımı almaya ve bu yardımın sunulduğu birimlere ilişkin görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(3), 185-196.
- Kilroe, C. (2010). *A need assesment of potential online counseling service clients*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Calgary Üniversitesi, Kanada.
- Koçyiğit, M. ve Pamukçu, B. (2018). Üniversite öğrencilerinin psikolojik danışmadan beklentileri: Cinsiyet, psikolojik yardım alma deneyimi, psikolojik yardım almaya ilişkin tutum ve kişilik özelliklerinin rolü. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18 (4), 2148-2171. doi: 10.17240/aibuefd.2018.18.41844-504881
- Kula, K. ve Saraç, T. (2016) Üniversite öğrencilerinde gelecek kaygısı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(33), 227-242.
- Kutlu, M. (2002). Üniversite öğrencilerinin psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerinden beklentileri. *Eğitim ve Bilim*, 27(123), 22-30.
- Lewis, J., Coursol, D. H., Bremer, K. L., & Komarenko, O. (2015). Alienation among college students and attitudes toward face-to-face and online counseling: Implications for student learning. *Journal of Cognitive Education and Psychology*, 14, 28–36. doi: 10.1891/1945-8959.14.1.28
- MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Preacher, K. J., & Hong, S. (2001). Sample size in factor analysis: the role of model error. *Multivariate Behavioral Research*, 36(4), 611-637. doi: 10.1207/S15327906MBR3604_06

- McKenna, K. Y. A. (1998). The computers that bind: Relationship formation on the internet (Yayımlanmamış doktora tezi). Ohio Üniversitesi, ABD.
- Murphy, L., Parnass, P., Mitchell, D. L., Hallett, R., Cayley, P., & Seagram, S. (2009) Client satisfaction and outcome comparisons of online and face-to-face counseling methods. *British Journal of Social Work*, 39 (4), 627-640. doi: 10.1093/bjsw/bcp041
- Novella, J. K., Ng, K. M., & Samuolis, J. (2020). A comparison of online and in-person counseling outcomes using solution-focused brief therapy for college students with anxiety. *Journal of American College Health*, 1-8. doi: 10.1080/07448481.2020.1786101
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw Hill.
- Oral Kara, N., Akın, G. ve Alp, S. (2020). Üniversite öğrencilerinin gelecek kaygısı ile sınav kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine bir araştırma. *SDÜ Sağlık Yönetimi Dergisi*, 2 (2) , 150-169.
- Oral, B. ve Çoban, A. (2020). *Kuramdan uygulamaya eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Özbay, Y., Erkan, S., Cihangir-Çankaya, Z. ve Terzi, Ş. (2008). University students' help seeking attitudes, gender roles and self-concealment levels. *Uluslararası Psikolojik Danışmanlık Kongresi*, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Özbay, Y., Terzi, Ş., Erkan, S. ve Çankaya, Z. C. (2011). Üniversite öğrencilerinin profesyonel yardım arama tutumları, cinsiyet rolleri ve kendini saklama düzeyleri. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(4), 59-71.
- Özdemir, M. ve Barut, Y. (2020). Psikolojik danışma uygulamalarında post modern bakış açısı: çevrimiçi psikolojik danışma. *Kıbrıs Türk Psikiyatri ve Psikoloji Dergisi*, 2(3), 192-199. doi: 10.35365/ctjpp.20.03.24
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(7). 394-422.
- Özer, Ö., Yıkılmaz, M., Altınok, A. ve Bayoğlu, F. (2016). Psikolojik danışmanların çevrimiçi (online) psikolojik danışmaya yönelik tutumlarının danışan perspektifinden incelenmesi. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 58, 549-559.
- Poyrazlı, S. ve Can, A. (2020). Çevrimiçi psikolojik danışma: Etik kuralları, Covid-19 süreci ve öneriler. *Okul Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 3(1), 59-83.
- Richards, D., & Vigano, N. (2012). Online counseling. *Encyclopedia of Cyber Behavior*, 3(1), 699-713. doi: 10.4018/978-1-4666-0315-8.ch059
- Richards, D., & Viganó, N. (2013). Online counseling: A narrative and critical review of the literature. *Journal of Clinical Psychology*, 69(9), 994-1011. doi: 10.1002/jclp.21974
- Rochlen, A. B., Beretvas, S. N., & Zack, S. Z. (2004). The online and face-to-face counseling attitudes scales: A validation study. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development Journal*, 37(1), 95-111. doi: 10.1080/07481756.2004.11909753

- Savaş, A. C. ve Hamamcı, Z. (2010). Okullarda rehberlik hizmetlerinin internet üzerinden yürütülmesine ilişkin veli, öğrenci ve psikolojik danışmanların görüşlerinin incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 147- 148.
- Sezer, S. ve Gülleroğlu, D. (2016). Psikolojik yardım arama tutumlarını yordayan değişkenler: Kendini damgalama, özsaygı, psikolojik yardım almış olma. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 75-93. doi: 10.19171/uuefd.52149
- Shaughnessy, K., Rocheleau, J. N., Kamalou, S., & Moscovitch, D. A. (2017). The effects of social anxiety and online privacy concern on individual differences in internet-based interaction anxiety and communication preferences. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 20(4), 212-217. doi: 10.1089/cyber.2016.0329
- Stempliuk, V. A., Barroso, L. P., Andrade, A. G., Nicastri, S., & Malbergier, A. (2005). Comparative study of drug use among students at the University of São Paulo; São Paulo campus in 1996 and 2001. *Revista Brasileira de Psiquiatria*, 27(3), 185-93. doi: 10.1590/S1516-44462005000300006
- Şensoy, G., Akıman, H., Balkan, K., Gül, Y. S., Kaval, A., Sevinç, A. ve Baş, A. U. (2018). Eğitim fakültesi akademisyen ve öğrencilerinin üniversite psikolojik danışma birimine yönelik görüşleri. *Journal Of Higher Education And Science*, 8(1), 194-201.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*. (6th Edition). Boston: Allyn and Bacon.
- Tan, H. (2000). *Psikolojik danışmanlık ve rehberlik*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Tanrıkulu, İ. (2009). Counselors-in-training students' attitudes towards online counseling. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 785-788.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Tekin, T. ve Korkmaz, A. (2016). Üniversite öğrencilerinde işsizlik kaygısı: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 534-558.
- Topkaya, N. (2011). *Psikolojik yardım alma niyetinin sosyal damgalanma, tedavi korkusu, beklenen yarar, beklenen risk ve tutum faktörleriyle modellenmesi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi, İzmir.
- Tot, Ş., Yazıcı, A., Yazıcı, K., Erdem, P., Bal, N. ve Metin, Ö. (2004). Mersin'de ergenler arasında sigara, alkol ve yasadışı madde kullanım oranlarının yaygınlığı: ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin karşılaştırılması. *Yeni Symposium Dergisi*, 42, 77-81.
- Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Derneği (2011). *Psikolojik danışma ve rehberlik alanında çalışanlar için etik kurallar*. Erişim adresi: <http://pdr.org.tr/>

- Türküm, A. S., Kızıldaş, A. ve Sarıyer, A. (2004). Anadolu Üniversitesi Psikolojik Danışma ve Rehberlik Merkezi'nin hedef kitlesinin psikolojik ihtiyaçlarına ilişkin ön çalışma. *Türk Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Dergisi*, 3(21), 15-27.
- Ulu Ercan, E. (2018). Yükseköğretimde psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetlerine genel bir bakış. *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 47. 46-56.
- Uysal, İ. ve Kılıç, A. F. (2022). Normal dağılım ikilemi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 12(1), 220-248. doi: 10.18039/ajesi.962653
- Youn, S. (2009). Determinants of online privacy concern and its influence on privacy protection behaviors among young adolescents. *Journal of Consumer Affairs*, 43(3), 389-418. doi: 10.1111/j.1745-6606.2009.01146.x
- Young, K. S. (2005). An empirical examination of client attitudes towards online counseling. *CyberPsychology & Behavior*, 8(2), 172-177. doi: 10.1089/cpb.2005.8.172
- Zeren, Ş. G. (2020). *Psikolojik danışmada yeni açılımlar ve çevrimiçi psikolojik danışma: Uygulayıcılar için el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Zeren, Ş. G. (2015). Face-to-face and online counseling: Client problems and satisfaction. *Eğitim ve Bilim*, 40. doi: 10.15390/EB.2015. 4696.
- Zeren, Ş. G. ve Bulut, E. (2018). Çevrimiçi psikolojik danışmada etik ve standartlar: Bir model önerisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 8(49), 63-8.
- Zeren, S. G., Erus, S. M., Amanvermez, Y., Buyruk Genc, A., Yılmaz, M. B., & Duy, B. (2020). The effectiveness of online counseling for university students in Turkey: A non-randomized controlled trial. *European Journal of Educational Research*, 9(2), 825-834. doi: 10.12973/eu-er.9.2.825

Geliş Tarihi:

28.03.2022

Kabul Tarihi:

05.12.2022


Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Süleyman, S. (2022). An analysis of sectoral export potential of Turkey by using structural gravity model. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 1096-1112. doi: 10.46928/iticusbe.1094434

AN ANALYSIS OF SECTORAL EXPORT POTENTIAL OF TURKEY BY USING STRUCTURAL GRAVITY MODEL

Araştırma

Selim Süleyman 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Odası

selim.suleyman@ito.org.tr

Selim Süleyman, İstanbul Üniversitesi İktisat Anabilim Dalında Doktorasını 2013 yılında almıştır. Makroekonomi, Uluslararası İktisat ve İktisadi Düşünce alanlarında çalışmalar yürütmektedir. İstanbul Ticaret Odasında Meslek Komiteleri Müdürü olarak çalışmaktadır.

AN ANALYSIS OF SECTORAL EXPORT POTENTIAL OF TURKEY BY USING STRUCTURAL GRAVITY MODEL

Selim Süleyman
selim.suleyman@ito.org.tr

Abstract

Purpose: The main purpose of this study is to analyze the sectoral export potential of Turkey with the Structural Gravity Model. It is aimed to find the average effects of a variable (such as GDP, real exchange rate, trade agreements) on Turkey's sectoral exports. It has been researched in which countries and sectors that Turkey exports below or above the potential.

Method: The gravity model was used in this study to analyze Turkey's sectoral export potential.

Findings: The aggregated results show that Turkey exports below its potential. The potential deficit of the agricultural sector in the 2010-2019 period is between 21-36 billion dollars. This corresponds to almost twice the volume of unused potential in Turkey's agricultural sector. On the other hand, the potential gap of the industrial sector in general is 5-31 billion dollars. The aforementioned values can be interpreted as the fact that Turkey has achieved some success in the industrial sector compared to the agricultural sector in terms of closing the potential gap in the historical process, but as of recent periods, both sectors have exported below the potential and policies that can approach the potential level are needed.

Originality: Turkey's sectoral export potential was analyzed with the Structural Gravity Model, and the Gravity Model was first built for 179 countries and the period 2010-2019. Then, export potentials were estimated for the country pair at the sectoral level. Second, the average effects of a variable (such as GDP, real exchange rate, trade agreements) on Turkey's sectoral exports are examined. The study has a unique quality in terms of making a sectoral distinction and keeping the number of countries wide.

Keywords: Structural Gravity Model, Export Potential, Sectors, Agriculture, Industry

JEL Classification: C21, F14

TÜRKİYE'NİN SEKTÖREL İHRACAT POTANSİYELİNİN YAPISAL ÇEKİM MODELİ İLE ANALİZİ

Özet

Amaç: Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'nin sektörel ihracat potansiyelini Yapısal Çekim Modeli ile analiz etmektir. Bir değişkenin (GSYİH, reel döviz kuru, ticaret anlaşmaları gibi) Türkiye'nin sektörel ihracatı üzerindeki ortalama etkilerini bulmak amaçlanmıştır. Türkiye'nin hangi ülke ve sektörlerde potansiyelin altında veya üzerinde ihracat yaptığı araştırılmıştır.

Yöntem: Bu çalışmada, Türkiye'nin sektörel ihracat potansiyelini analiz etmek için çekim modeli kullanılmıştır.

Bulgular: Toplu sonuçlar, Türkiye'nin potansiyelinin altında ihracat yaptığını göstermektedir. 2010-2019 döneminde tarım sektörünün potansiyel açığı 21-36 milyar dolar arasındadır. Bu, Türkiye'nin tarım sektöründeki kullanılmayan potansiyel hacminin neredeyse iki katına tekabül etmektedir. Öte yandan, genel olarak sanayi sektörünün potansiyel açığı 5-31 milyar dolardır. Bahse konu değerler Türkiye'nin tarihsel süreç içerisinde potansiyel açığın kapatılması açısından sanayi sektöründe tarım sektörüne göre belli başarılar elde edilsede son dönemler itibarı ile iki sektörde de potansiyelin altında ihracat gerçekleştirdiği ve potansiyel düzeye yaklaşılabilir politikalara ihtiyaç duyulduğu şeklinde yorumlanabilir.

Özgünlük: Türkiye'nin sektörel ihracat potansiyeli Yapısal Çekim Modeli ile analiz edilmiş olup, ilk olarak Çekim Modeli 179 ülke ve 2010-2019 dönemi için inşa edilmiştir. Ardından sektörel düzeyde ülke çifti için ihracat potansiyelleri tahmin edilmiştir. İkinci olarak, bir değişkenin (GSYİH, reel döviz kuru, ticaret anlaşmaları gibi) Türkiye'nin sektörel ihracatı üzerindeki ortalama etkileri incelenmiştir. Sektörel ayırım yapılması ve ülke sayısının geniş tutulması açısından çalışma özgün bir niteliğe sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Yapısal Çekim Modeli, İhracat Potansiyeli, Sektörler, Tarım, Sanayi

JEL Sınıflandırması: C21, F14

INTRODUCTION

Before 1980, Turkey used protectionist economic policies, which refer to higher tariff rates constraint on foreign currencies (briefly limit on both goods and capital). The Decision of 24th January changed Turkey's economic system structurally. After 1980, protectionism left its place in the liberalization policy (briefly decreasing and eliminating constraints on goods and capital) and initiating export-led growth and outward-oriented development. In 1996, Turkey established the Customs Union with the EU, which can be considered a milestone for Turkey's external trade and economy, which agreement provides a price advantage on industrial goods. Turkey applies Common Customs Tariff on third parties. Turkey's export reached 171 billion dollars in 2019. As a leading exporter of agricultural products in Europe and the Middle East, Turkey's total exports of agricultural products (HS: 01-24) have been US \$ 18,2 billion in 2019 and about 10.5% of Turkey's total export in the same period. Turkey's competitive power in industrial products (HS: 25-97) depends on the proximity of main markets (EU, ME), developed infrastructure demographic structure, and sufficient domestic market. Turkey has an advantage in auto parts and vehicles, iron and steel, textiles and clothing, and electronics sectors. Manufacturing industry exports exceed US\$ 152,1 billion in 2019, which is about 88,3% of total exports.

The primary goal of this study is to analyze Turkey's sectoral export potential with the Structural Gravity Model (SGM). Thus firstly, the Gravity Model (GM) built for 179 countries and the 2010-2019 period. After that, export potentials for countries pair on the sectoral level were predicted. Secondly, to find the mean effects of a variable (like GDP, real exchange rate, trade agreements) on Turkey's sectoral export. It is expected from the model to show Turkey's export potential by considering the sectoral distinction. We expect that larger countries trade more, different distance trade less, because of mainly transportation costs.

Several papers analyzed Turkey's sectoral level export by using the GM approach. The majority of workings carried out about the Turkey-EU customs union relationship. Nowak (2007) trade analysis at sectoral level shows that the EU increases Turkey's exports slightly. Mainly, the Customs Union excludes agriculture, coal, and steel. Ata (2012) analyzed Turkey's export potential with Gravity Model. According to results, GDPs, common language, usage of the same currency, and contiguity have a positive effect on bilateral trade; on the other hand, distance affects trade flows negatively.

LITARATURE

The Gravity Model's first application is the initial paper of Tinbergen (1962) on international trade relations. On the theory side, the first explanation was developed by Anderson (1979). Essential studies that developed the theoretical structure of the model include the work of Helpman and Krugman (1985), Bergstrand (1989), and Deardorff (1998). The other most known studies in the Gravity Model literature are John McCallum's (1995) demonstration of the commercial potential and distance of country borders (USA-Canada) with Gravity Model. For years, Gravity equations have been used as a tool to model international trade (Brun et al.,2002; Redding and Venables, 2004; Liu and Xin,2011; Novy,2013). These models generally analyze countries trade flows in terms of distance, geography, free trade agreements, and border effects (Soloaga and winters, 2001; Antonucci and Manzocchi,2006; Baier and Bergstrand,2007).

Nowak and Lehmann (2007) analyzed Turkey's sectoral trade flows from 1988 to 2002 (16 export sectors) with Structural Gravity Model. Frede and Yetkiner (2017) Turkey's export flows by using a Gravity Model. Ata (2012) analyzed Turkey's export potential in 67 countries and the 1980-2009 period with FE Panel Estimator. Morland and Schier (2020) analyzed the forest product sector by using the Structural Gravity Model approach. In this working paper, the author uses econometric methods for the forest sector on the 13 forest products. For the period 1999-2006, Makochekanwa (2010) applied the Structural Gravity Model at the sectoral level. Papazoglou (2007) worked Greece's Potential Trade Flows with Gravity Model. The dataset covers 1993-2003 period and 26 countries. GDP, population, distance and dummy variables used as variables in working paper. Erdem and Nazlioglu (2008) analyzed the Turkish agricultural exports to the European Union. Neumann (2018) studied on EU integration effects on sectoral trade (25 sector categorized by ISIC Rev) integration effect with gravity model. Abbas and Waheed (2019) research Pakistan Trade Potential with Gravity Model. Researchers used panel dataset for 1980-2013 period and 47 countries. Bilateral trade flow, real gdp, real Exchange rate and dummy variables used in working paper. Mulabdic and Yasar (2021) worked on Export Potential with Gravity Model. Researchers used panel dataset for 2010-2017 period and 105 country at industry levels. GDP, distance, tariffs and dummy variables used in research.

Table 1. Literature

Author and Date	Method	Modelling Parameters
Tinbergen (1962)	Gravity Model	1958, 18 countries , Distance, GNP, dummy variables
Anderson (1979)	Gravity Model	Distance, Income ,Population
Nowak & Lehmann (2007)	Structural Gravity Model	1988-2002 period, Distance, bilateral real effective exchange rates trade agreements, common language, other dummy variables (common language, same country etc)
Papazoglou (2007)	Structural Gravity	1993-2003 period, 26 countries, GDP, population, distance, dummy variables
Makochekanwa (2010)	Structural Gravity Model	1999-2006 period, GDP, distance, , sectoral capital investment population
Sezai Ata (2012)	Structural Gravity Model, Fixed Effects Panel Estimator	1980-2009 period, GDP, population, distance, trade agreements, common language, other dummy variables(common language, same country etc)
Frede & Yetkiner (2017)	Structural Gravity Model	1994-2010 period, Distance, trade agreements, common language, other dummy variables(common language, same country etc)
Abbas & Waheed, (2019)	Structural Gravity Model	1980-2013, 47 countries, Bilateral trade flow, Real GDP, Real Exchange Rate and dummy variables
Morland & Schier (2020)	Structural Gravity Model	2000-2019 period, GDP, population, distance, forest rent, consumption, production, other dummy variables(common language, one partners in EU FTA etc)
Mulabdic & Yasar, (2021)	Structural Gravity Model	2010-2017 period ,105 country, industry level, GDP, distance, tariffs and dummy variables

METHOD

The gravity model has become an important tool for the empirical analysis of international trade. The model has been widely used since Tinbergen's (1962) first application to estimate the impact of geography and institutions on trade flows. Gravity comes from Newton's law equation, which asserts that every particle in the universe pulls another particle according to mass size and distance between two-particle. International trade adopted the Gravity Model as a tool for explaining bilateral external trade.

$$X_{ij} = C \frac{Y_i Y_j}{Trade\ Cost} \quad (1)$$

Jan Tinbergen (1962) claimed that the Gravity Theory could estimate trade flows. Countries with larger GDP tend to trade more according to purchasing power (GDP can be seen as an indicator of purchasing power) and production power (GDP can be seen as an indicator of production power). The primary determinant of trade can be defined as income, price of product, and preferences (which in this model is fixed). In these studies, the following gravity equation is going to be used.

Gravity equation:

$$X_{s,i,j,t} = \exp[B_1 Distance_{i,j} + B_2 GDP_{i,t} + B_3 REX_{i,t} + B_4 Pop_{i,t} + B_4 Remoteness_{i,t} + B_5 Dummyvariables_{i,t}] + e_{s,i,j,t} \quad (2)$$

Implementing a gravity model with a PPML estimator solves zero trade problems and heteroskedasticity problems (Anderson and Yotov. 2015). Countries have internal and external resistances on trade flows, called "multilateral resistance" if this term is not controlled, estimation results can be biased. To control this term, "remoteness indexes" have been used commonly, which method weight exporters by importers shares of world GDP (Anderson, J., M. Larch, and Y. Yotov. 2015).

$$Rem_i = \sum_1^j \frac{dist_{ij}}{GDP_j / GDP_w} \quad (3)$$

The fixed effects model provides a straightforward method for estimating the theoretical gravity model: dummy variables account for unobservable multilateral resistance. The approach is straightforward to develop and is merely a basic OLS application. However, it has one significant disadvantage: we must eliminate any variables collinear with the fixed effects from the model. This restriction means that it is only possible to estimate a fixed effects model with data that only vary by the exporter (constant across all importers) or by the importer (constant across all exporters) if the dataset includes intra-national trade. It is possible to include an interaction term of the type specified.

Baier and Bergstrand (2009) offer an alternate method that accounts for arbitrary distributions of inward and outward multilateral resistance without requiring the addition of fixed effects or difficult-to-obtain data. The literature assumes that the remoteness index controls the multilateral resistance terms. Baier and Bergstrand (2009) demonstrate that the subsequent model yields estimate nearly indistinguishable from those derived using fixed effects but exclude dummy variables. It is assumed that in this study that exporter- and importer-related factors are controlled by contiguity, common language, common ethnicity, historical colonial relationship, and standard colonial relationship variables. In addition, it is assumed that the characteristics of exporter-importer relationships are controlled by economic integration types such as free trade agreements, regional trade agreements, customs unions, and partial scope trade agreements. Furthermore, the characteristics between exporter and importer relationships are controlled by the remoteness index, which controls the multilateral resistance term between nations (Shepherd, 2013)

DATA

Variables which is the part of the model can be listed under three main category. Main variables can be listed as; Export, Gross Domestic Product, Population, Distance, and Dummy variables (trade agreements, colonial linkage). While the GDP of the exporting country is used as the supply side (production), the GDP of the importing country is used as the external demand (consumption) side. And the population variables are also included in the equation with the same logic. Distance and other variables like a common language, colonial links variables are used to proxy trade costs. In the model, CEPII database was used for market accessibility and Mario Larch's Database was used for Free Trade Agreements.

Gravity model set up by;

- Bilateral sectoral (HS-2) export values
- GDP which can be used as an indicator of supply and demand
- Distance (bilateral distance) which is an indicator of trade cost
- Remoteness distances weighted by GDP share in the world (thanks to the remoteness it can be handled with multilateral resistance trade barriers)
- Other dummy variables like contiguity (common border etc.)

Detailed information about data is in the below Table 2.

Table 2. Variables and Definitions

Variable	Data Definition	Source
x	Bilateral sectoral exports by country pairs(134 country) for 2002-2018 yearly time period thousand \$	Trademap
rta	Dummy variable equal to 1 if any one of cu, fta, eia, or ps is in place, and 0 otherwise	Mario Larch's Regional Trade Agreements Database
cu	Dummy variable equal to 1 if a Customs Union (CU) as defined in Paragraph 8(a) of Article XXIV of GATT 1994 is in place,	Mario Larch's Regional Trade Agreements Database
Fta	Dummy variable equal to 1 if a Free Trade Agreement (FTA) as defined in Paragraph 8(b) of Article XXIV of GATT 1994 is in	Mario Larch's Regional Trade Agreements Database
Eia	Dummy variable equal to 1 if a Economic Integration Agreement (EIA), as defined in Article V of GATS is in place, and 0	Mario Larch's Regional Trade Agreements Database
cuandeia	Dummy variable equal to 1 if cu==1 and eia==1, and zero otherwise.	Mario Larch's Regional Trade Agreements Database
ftaandeia	Dummy variable equal to 1 if fta==1 and eia==1, and zero otherwise	Mario Larch's Regional Trade Agreements Database
pop1	Population of exporter country million person	IMF Data Outlook 2019 October
pop2	Population of importer country million person	IMF Data Outlook 2019 October
nomgdp1	Current GDP of exporter country billion \$	IMF Data Outlook 2019 October-April and our calculations
nomgdp2	Current GDP of importer country billion \$	IMF Data Outlook 2019 October-April and our calculations
nomgdpoct1	Current GDP of exporter country billion \$	IMF Data Outlook 2019 October
nomgdpoct2	Current GDP of importer country billion \$	IMF Data Outlook 2019 October
contig	Dummy for whether the two countries are contiguous, common border	CEPII Geodist Database
comlang_off	Dummy for common official or primary language.	CEPII Geodist Database
comlang_etno	Dummy for language spoken by at least 9% of the population in both countries.	CEPII Geodist Database
colony	Dummy for origin and destination ever in colonial relationship.	CEPII Geodist Database
comcol	Dummy for common colonizer of origin and destination post 1945.	CEPII Geodist Database
curcol	Dummy if origin and destination currently in colonial relationship.	CEPII Geodist Database
col45	Dummy for origin and destination in colonial relationship post 1945.	CEPII Geodist Database

smctry	Dummy if were/are the same country	CEPII Geodist Database
dist	Bilateral distance between origin and destination in kilometer	CEPII Geodist Database
Rem	Remoteness Index	CEPII Geodist Database and our calculations
REX	Real exchange rate	Bruegel Database
distwces	Weighted bilateral distance between origin and destination in kilometer (population weighted). CES distances with theta= -1	CEPII Geodist Database

RESULTS

Table.3. Results of PPML and OLS

VARIABLES	(1) PPML	(2) OLS
logdist	-0.858*** (0.0111)	-27,744*** (399.1)
logpop1	0.526*** (0.00705)	13,915*** (162.3)
logpop2	0.624*** (0.00600)	16,424*** (142.8)
lognomgdp2	0.0168*** (0.00311)	-2,672*** (113.0)
contig	0.296*** (0.0251)	72,803*** (1,149)
comlang_off	-0.285*** (0.0393)	-16,596*** (1,095)
comlang_ethno	0.485*** (0.0301)	20,297*** (1,050)
colony	0.299*** (0.0203)	-7,388*** (1,241)
comcol	-0.699*** (0.0407)	-8,533*** (965.6)
curcol	0.273*** (0.0772)	35,108*** (8,617)
rta	0.346*** (0.0383)	30,197*** (1,507)
cu	-0.487*** (0.0462)	-60,172*** (1,865)
fta	-0.401*** (0.0288)	-35,322*** (1,478)
eia	0.543*** (0.0277)	37,261*** (936.9)
ps	-1.771*** (0.0379)	-71,648*** (1,412)
cuandeia	0.787*** (0.0382)	26,132*** (1,918)
logremotenessimp	0.992***	39,901***

	(0.0239)	(819.0)
logremotenessexp	1.691***	52,710***
	(0.0361)	(969.7)
Constant	-10.68***	-608,155***
	(0.347)	(10,200)
Observations	5,366,958	5,366,958
R-squared	0.032	0.009

***%1 **%5 *%10 Number in Parenthesis represent standard deviation

Table.3 presents the results of the analysis performed in total exports. The importer's GDP/population has a positive and expected result; the distance between partners reduces exports in two models. The above model was estimated using a data period of 10 years, 2010 to 2019. Results from preliminary investigations presented in Table-3 reveal that exports, market size, population have significant explaining variations in bilateral trade flows. After potential was calculated, it was aggregated HS (1-24) for the agricultural sector and HS (25-97) for industrial goods.

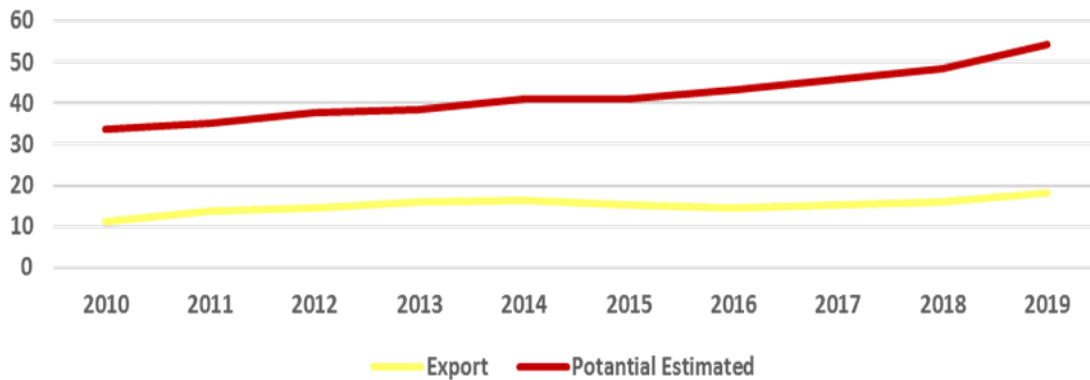


Figure.1 Turkey Agricultural Export Potential (2010-2019, Billion Dolar)

Source: Authors' Calculation by TSI Micro Data.

Turkey has a structural gap in the agricultural sector for a 2010-2019 period. The output gap in the agricultural sector seems related to other effects and subject to further studies. When we look at the 2019 gap between real and potential increase, it can be evaluated as an opportunity to increase in the agricultural sector.

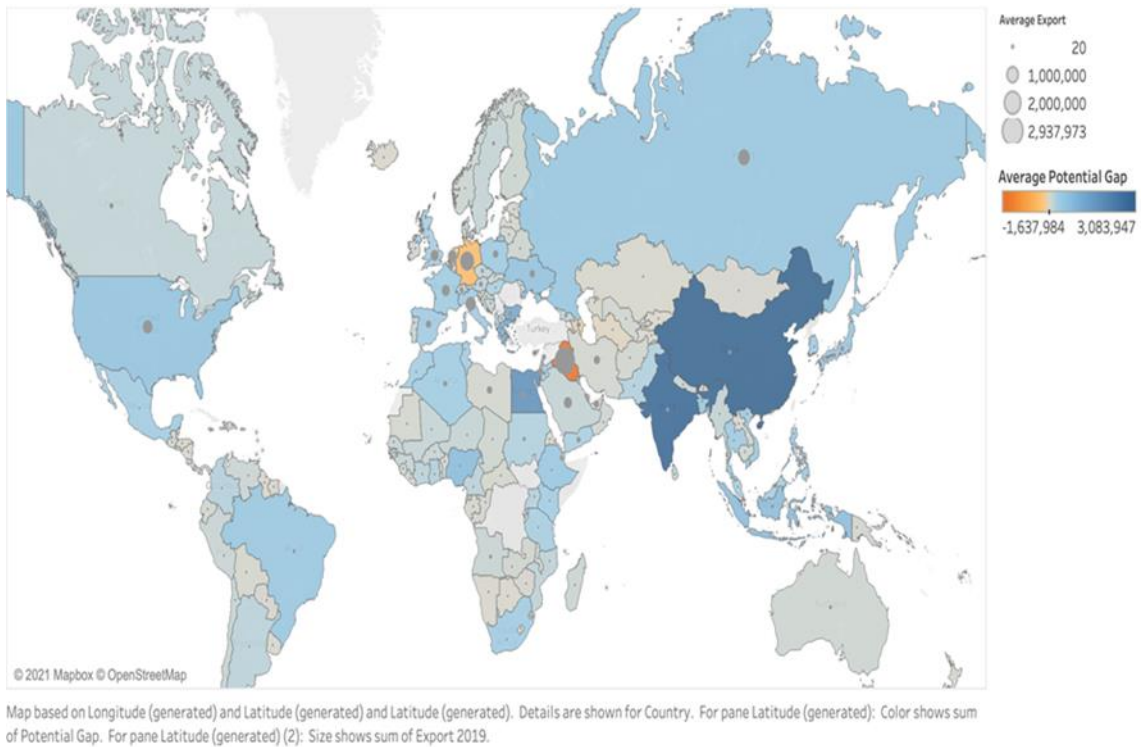


Figure 2. Turkey’s Agricultural Export Potential (2010 – 2019, Billion Dolar)

The green color represented Turkey’s Agricultural average Export in 2010-2019 is above the potential; on the other hand, the blue color represents untapped potential in that period. Turkey has untapped export potential in India, China, Egypt, Russia, and Greece in the Agricultural sector. Therefore, Turkey has untapped potential in some countries, which can be interpreted as using trade barriers against Turkey.

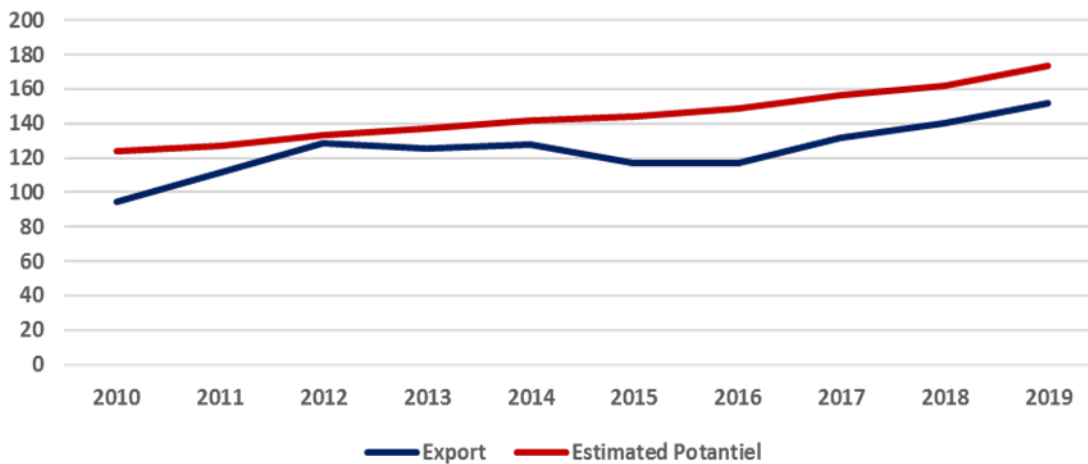


Figure 3. Turkey Industrial Export Potential (2010-2019, Billion Dolar)

Source: Authors’ Calculation by TSI Micro Data.

According to Figure 3, Turkey's industrial export has a trend, which is above the potential. It is related to the proximity of main markets (EU, ME), developed demographic infrastructure structure, and sufficient domestic market. Turkey has an advantage in auto parts and vehicles, iron and steel, textiles and clothing, and electronics sectors.

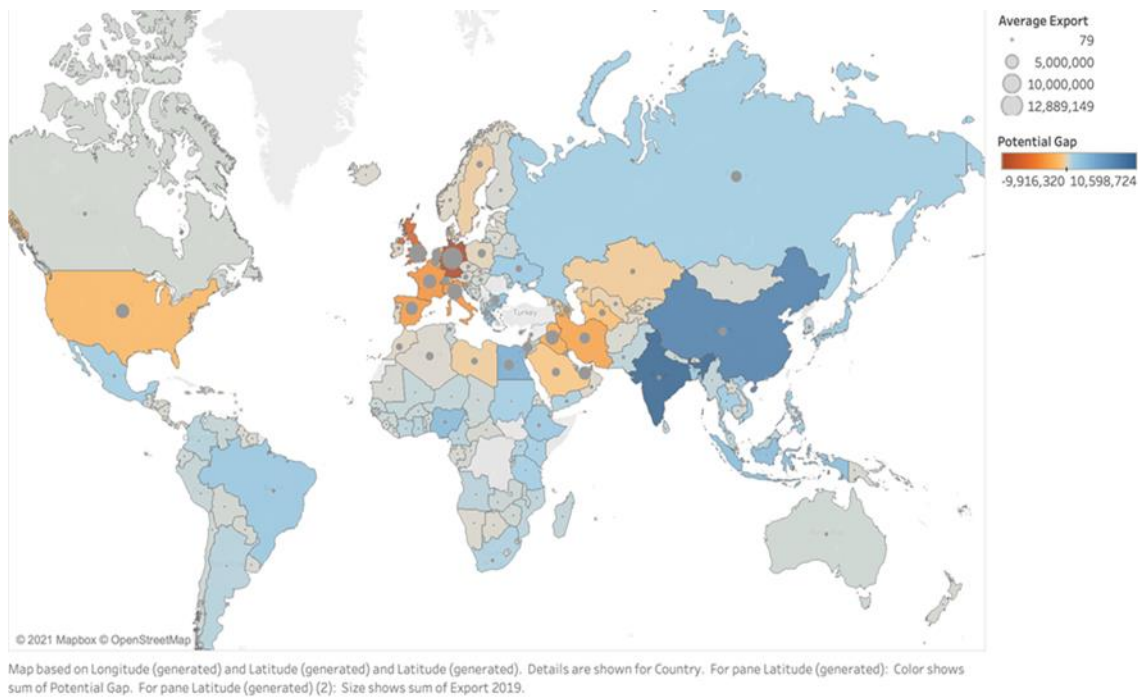


Figure 4. Turkey’s Industrial Export Potential (2010-2019, Billion Dolar)

The fact that trade exceeds the theoretically calculated expected value (potential) indicates that trade between the two countries enjoys preferential treatment compared to trade with other countries and that the importing country engages in positive discrimination (Tinbergen, 1962). On the other hand, the fact that trade is less than the theoretically calculated value (potential) indicates that the importing country discriminates against imports from other countries. Turkey has untapped export potential in India, China, Egypt, Russia, and Bulgaria in the Industrial sector.

Table.4 Sectoral Results for Turkey (2010-2019 Billion \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Agricultural										
Export	11.3	13.7	14.5	15.8	16.3	15.2	14.6	15.4	16.1	18.2
Potential (Estimated)	33.7	34.9	37.8	38.5	41	41.1	43.1	45.8	48.2	54.4
Potential Gap	22.4	21.2	23.3	22.6	24.7	25.9	28.5	30.3	32.1	36.2
Industrial										
Export	94	112	128	125	128	117	117	131	140	152
Potential (Estimated)	124	127	133	137	142	144	148	157	162	173
Potential Gap	29.3	15.6	5	11.6	13.8	26.8	31.2	25.1	21.3	20.9

Source: Authors’ Calculation by TSI Micro Data.

The aggregated results show that Turkey exports below its potential. The potential deficit of the agricultural sector in the 2010-2019 period is between 21-36 billion dollars. This corresponds to

almost twice the volume of unused potential in Turkey's agricultural sector. On the other hand, the potential gap of the industrial sector in general is 5-31 billion dollars.

CONCLUSION

The Paper's main concerns are examining the effects of gross domestic production, distance, population, and dummy variables on Turkey's exports to 163 countries and finding sectoral export potential. GDP is still a powerful tool to explain bilateral trade in sectoral export.

In this study, the gravity model was estimated with PPML to solve bias and zero trade problems. According to studies, PPML estimation results are more reliable than OLS estimation results in the Gravity Model. Initially, according to regression results for the distance variable, it is estimated that about -0,98 and all of the estimated variables are statistically significant.

Turkey's exports reached 168 billion dollars in 2019. On a sectoral level, the total export of agricultural products (Harmonized System: 01-24) was 18,2 billion dollars in 2019 (10.5% of total export) 2019. Turkey has averaged 26,7 billion in the untapped potential in the agricultural sector. In 2019, manufacturing industry exports (Harmonized System: 25-97) reached 152 billion dollars (88.3% of total export) in total exports and an averagely 20.1 billion untapped potential for 163 countries.

This study has some limitations data problems, and internal trade cannot be reachable. Further studies can provide new knowledge and data about that topic. Despite the problems, this paper provides extra information to policymakers on Turkey's external trade.

REFERENCES

- Abbas, S. & Waheed, A. (2019). Pakistan's global trade potential: a gravity model approach. *Global Business Review*. 20 (6). 1361-1371. <https://doi:10.1177/0972150919848936>
- Anderson, J. (1979). A theoretical foundation for the gravity model. *American Economic Review*. 69(1). 106-116. Retrieved From: <https://www.jstor.org/stable/1802501>
- Anderson, J. E. & van Wincoop, E. (2003). Gravity with gravitas: a solution to the border puzzle. *American Economic Review*. 93 (1). 170–92. <https://doi:10.1257/000282803321455214>
- Anderson, J. E. & van Wincoop, E. (2004). Trade costs. *Journal of Economic Literature*. 42 (3). 691–751. <https://doi:10.1257/0022051042177649>
- Anderson, J., Larch M. & Yotov Y. (2015). Estimating general equilibrium trade policy effects: GE PPML, CESL. *Working Paper*. No. 5592. Retrieved From: https://www.cesifo.org/DocDL/cesifo1_wp5592.pdf
- Antoine, G. (2019). Indirect measures of trade costs: limitations and caveats. *Economics Letter*. 176(C). 96-102. <https://doi:10.1016/j.econlet.2018.12.027>
- Antonucci, Daniele & Manzocchi, Stefano. (2006). Does Turkey have a special trade relation with the EU?: a gravity model approach. *Economic Systems*. Vol. 30(2). p. 157-169. Retrieved From: [http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0939-3625\(06\)00012-4](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0939-3625(06)00012-4)
- Ata, Sezai. (2012). Turkey's export potential: a gravity model analysis. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4856.7845>.
- Baier, S. L. & Bergstrand, J. H. (2007). Do free trade agreements actually increase members international trade?. *Journal of International Economics*. 71(1). 72–95. <https://doi:10.1016/j.jinteco.2006.02.005>
- Baier, S. L. & Bergstrand, J. H. (2009). Bonus vetus OLS: a simple method for approximating international trade-cost effects using the gravity equation. *Journal of International Economics*. 77(1). 77–85. <https://doi:10.1016/j.jinteco.2008.10.004>
- Baldwin, R. & Taglioni, D., (2006). Gravity for dummies and dummies for gravity equations, *National Bureau of Economic Research Working Paper*. 12516. Retrieved From: <https://www.nber.org/papers/w12516>
- Bayar, G., Ünal, M. & Tokpunar, S. (2015). Determinants of Eurkish exports to European Union countries: a sectoral panel data analysis. *Emerging Markets Finance and Trade*. doi:51. 1-19, <https://doi:10.1080/1540496X.2015.1011506>

- Bergstrand, Jeffrey. (1989). The generalized gravity equation, monopolistic competition, and the factor-proportions theory in international trade. *The Review of Economics and Statistics*. 71. 143-53. <https://doi:10.2307/1928061>
- Bergstrand, Jeffrey. (1989). The generalized gravity equation, monopolistic competition, and the factor-proportions theory in international trade. *The Review of Economics and Statistics*. 71. 143-53. <https://doi:10.2307/1928061>
- Brun, J.F., Carrère, C., Guillaumont, P. & de Melo, J. (2002). Has distance died? evidence from a panel gravity model. *Centre for Economic Policy Research (CEPR). Discussion Paper*. 3500.
- Dahi, O. & Demir F. (2013). Preferential trade agreements and manufactured goods exports: does it matter whom you PTA with?. *Applied Economics*. 45(34). 4754-4772. <https://doi:10.1080/00036846.2013.804169>
- Deardorff, Alan. (1998). Determinants of bilateral trade: does gravity work in a neoclassical world?. p. 7-32. *The Regionalization of the World Economy, National Bureau of Economic Research*, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:nbr:nberch:7818> .
- Erdem, E., & Nazlioglu, S. (2008). Gravity model of Turkish agricultural exports to the European Union. *International Trade and Finance Association Conference Papers*. (p. 21). Retrieved Form: <https://ideas.repec.org/p/bep/itfapp/1126.html> .
- Fally, T. (2015). Structural gravity and fixed effects. *Journal of International Economics*. 97(1). 76-85. <https://doi:10.3386/w21212> .
- Frede J. & Yetkiner I., (2017). The regional trade dynamics of Turkey: a panel data gravity model. *The Journal of International Trade & Economic Development*. 26. (6). 633-648. <https://doi.org/10.1177/00157325211047001>
- Helpman, E. & Krugman, P. (1985). Market structure and foreign trade: increasing returns, imperfect competition, and the international economy. *MIT press*. Cambridge.
- Liu, X. & Xin, X. (2011). Transportation uncertainty and international trade, *Transport Policy*, 18, pp.156-162. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2010.07.005>
- Makochekanwa. A. (2010). An econometric analysis of Botswana's sectoral export trade flows. Retrieved From: <https://mobt3ath.com/uplode/books/book-45908.pdf>
- McCallum, John. (1995). National borders matter: Canada-U.S. regional trade patterns. *American Economic Review*. pp. 615-23. Retrieved From: [https://www.scirp.org/\(S\(oyulxb452alnt1aej1nfow45\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=707737](https://www.scirp.org/(S(oyulxb452alnt1aej1nfow45))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=707737)
- Morland,C., Schier, F. & Weimar H. (2020). The structural gravity model and its implications on global forest product trade. 11(2). 178. <https://doi:10.3390/f11020178> .

- Mulabdic, A. & Yasar, P. (2021). Gravity model–based export potential an application to Turkey. *World Bank Policy Research Working Paper*. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-9557>
- Novy, D. (2013). International trade without CES: estimating trans-log gravity, *Journal of International Economics*. 89. pp. 271–282. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2012.08.010>
- Nowak-Lehmann, F., Herzer, D., Martinez-Zarzosa, I. & Vollmer, S. (2007). The impact of a customs union between Turkey and the EU on Turkey's exports to the EU. *JCMS: Journal of Common Market Studies*. 45: 719-743. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5965.2007.00728.x>
- Odularu, G. (2020). Fostering trade in Africa. *Springer*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36632-2_1
- Papazoglou, C. (2007). Greece’s potential trade flows: a gravity model approach. *International Atlantic Economic Society*. 13(4). 403-414. doi:10.1007/s11294-007-9107-x
- Redding, S., & Venables, A.J. (2004). Economic geography and international inequality. *Journal of International Economics*. 62(1). pp. 53-82. <https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2003.07.001>
Retrieved From:
https://www.researchgate.net/publication/5217632_Has_Distance_Died_Evidence_from_a_Panel_Gravity_Model
- Shepherd, Ben. (2016). The gravity model of international trade: a user guide, ARTNeT, Retrieved From: <https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/GravityUserGuide-REVISED-02.pdf>
- Soloaga, I. & Winters, A. (2001). How has regionalism in the 1990s affected trade? *North American Journal of Economics and Finance*. 12. pp. 1-29. Retrieved From: https://www.researchgate.net/publication/23722199_How_Has_Regionalism_in_the_1990s_Affected_Trade
- Virag-Neumann, I. (2015). Analysing EU sectoral trade integration with gravity model of trade. 2016 *ENTRENOVA Conference Proceedings*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3282258>
- World Trade Organisation. (2012). A practical guide to trade policy analysis, Retrieved From: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/wto_unctad12_e.pdf
- World Trade Organisation. (2016). An advanced guide to trade policy analysis, Retrieved From: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/advancedwtounctad2016_e.pdf

Geliş Tarihi:

04.04.2022

Kabul Tarihi:

16.09.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Kara, A., Bayazıt, D. Z., & Yıldırım, F. (2022). Ulus markalaşmasının değişen ekonomik boyutları ve ülkelere kattığı değer. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1113-1136. doi: 10.46928/iticusbe.1095634

ULUS MARKALAŞMASININ DEĞİŞEN EKONOMİK BOYUTLARI VE ÜLKELERE KATTIĞI DEĞER


Araştırma

Ayşe Kara 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Kurum

ayse.kara@istanbulticaret.edu.tr

Didem Zeynep Bayazıt 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

zbayazit@ticaret.edu.tr

Figen Yıldırım 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

figen@ticaret.edu.tr

Ayşe KARA, İstanbul Ticaret Üniversitesi Küresel Pazarlama ve Marka Yönetimi Yüksek Lisan Programı öğrencisidir.

Doç. Dr. Didem Zeynep BAYAZIT, İstanbul Ticaret Üniversitesi İngilizce İşletme bölümü öğretim üyesidir. Marka Yönetimi, Pazarlama İletişim Stratejileri ve Dijital İletişim alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda yayınlanmış ulusal ve uluslararası eserleri bulunmaktadır.

Prof. Dr. Figen Yıldırım, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürüdür. Uluslararası Ticaret, Pazarlama, Marka Yönetimi, Tüketici Davranışı, İhracat, İthalat Yönetimi, Perakende Yönetimi alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda yayınlanmış ulusal ve uluslararası eserleri bulunmaktadır.

ULUS MARKALAŞMASININ DEĞİŞEN EKONOMİK BOYUTLARI VE ÜLKELERE KATTIĞI DEĞER

Ayşe KARA

ayse.kara@istanbulticaret.edu.tr

Didem Zeynep BAYAZIT

zbayazit@ticaret.edu.tr

Figen YILDIRIM

figen@ticaret.edu.tr

Özet

Amaç: Ülkelerin belirlenen ekonomik boyutlarda dünya sıralamalarını oluşturarak, ulus marka sıralaması ile karşılaştırılması, etkilendiği noktaların belirlenmesi, boyutların birbiri ile olan ilişkilerini ortaya çıkararak yeni bir ulus marka sıralaması oluşturulması ve değerli bir ulus markasının ülkeler için oluşturduğu katkıları belirlemektir.

Yöntem: Ulus markası ile belirlenen ekonomik değişkenleri arasındaki ilişkinin araştırılmasında, Min-Max normalizasyon yöntemi ile Pearson ve Spearman's Rank Korelasyon testlerinden yararlanılmıştır. Brand Finance 2020 Ulus Marka Sıralaması bağımlı değişken, ikincil veri kaynaklarından elde edilen gayri safi yurt içi hasıla, doğrudan yabancı yatırım, dış ticaret, ihracat birim değeri turizm gelirleri ve ülkeyi gelen turist sayısı, "Dünyanın En Değerli Global 500 Markası" içinde yer alan ülke marka sayısı ile dünyanın en saygın ülkeleri sıralaması bağımsız değişkenler olarak belirlenmiştir. Değişkenlere ait veriler 2019-2020 yıllarını kapsamaktadır.

Bulgular: Elde edilen bulgular kapsamında ulus markasının, gayri safi yurt içi hasıla, doğrudan yabancı yatırımlar, ihracat, turizm gelirleri ve ülkeye gelen turist sayısı, "Dünyanın En Değerli Global 500 Markası" listesi içinde yer alan ülke marka sayısı ile pozitif yönlü önemli düzeyde ilişkili olduğu, dünyanın en saygın ülkeleri sıralaması pozitif yönde düşük önemde bir ilişki olduğu, ihracat birim değeri ile ilişkili olmadığı görülmüştür. Oluşturulan yeni ulus marka sıralaması ile Brand Finance Nation Brand 2020 sıralaması karşılaştırılması sonucunda ise belirlenen ekonomik göstergeler ile ulus markası arasında ortaya çıkan pozitif yönlü önemli ilişkilerin sıralamayı etkilediği belirlenmiştir.

Özgünlük: Literatürü incelediğimizde ulus markalaşması kavramının genel olarak kamu diplomasisi, ülke imajı, ülke marka kişiliği, turizm, ülke tanıtım filmleri ile küreselleşme olguları çerçevesinde incelendiği ve ekonomik boyutları da göz önüne alarak yapılan çalışmalar sınırlı olduğu görülmüş olup anılan bu durumun araştırmayı farklı kılan özellik olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ulus Markalaşması, Ülke Markalaşması, Ulus Marka İmajı

JEL Sınıflandırması: M31

THE CHANGING ECONOMIC DIMENSION OF NATION BRANDING AND THE VALUE ADDED TO COUNTRIES

Ayşe KARA

ayse.kara@istanbulticaret.edu.tr

Didem Zeynep BAYAZIT

zbayazit@ticaret.edu.tr

Figen YILDIRIM

figen@ticaret.edu.tr

Abstract

Purpose : To create a world ranking of the countries within the pre-determined economic dimensions to compare it with the nation brand ranking, to determine the points influenced from the dimensions, to create a new nation brand ranking by revealing the correlations among the dimensions and to determine the contributions of the nation brand for the countries.

Method : Min-Max normalization method and Pearson and Spearman's Rank Correlation tests were conducted to investigate the relationship between the nation brand and the pre-determined economic variables. While the Brand Finance 2020 Nation Brand Ranking is the dependent variable; the independent variables gathered from the secondary data sources are gross domestic product, foreign direct investment, foreign trade, export unit value, tourism receipts and the number of tourists arrivals to the country, the number of country brands in the "World's Most Valuable Global 500 Brands" list and the ranking of the most reputable countries in the world were determined as independent variables. The data of the variables cover the years from 2019 to 2020.

Findings: It demonstrate that the nation brand is positively correlated with gross domestic product, foreign direct investments, exports, tourism receipts, the number of tourists arrivals, the number of country brands included in the "World's Most Valuable Global 500 Brands" list while it has a low-positive correlation with the most reputable countries and has any correlation with the export-unit value. Because of the comparison of the newly created nation brand with the Brand Finance Nation Brand 2020 it was determined that, the positive relations between the determined economic indicators and the nation brand affected the ranking.

Originality: The concept of nation branding is generally examined within the framework of public diplomacy, country image, country brand personality, tourism, tourism movies and globalization. Thus, the studies carried out with regard to the economic dimensions are limited and this particular feature distinguish this study from the other academic studies.

Keywords: Nation Branding, Country Branding, Nation Brand Image

JEL Classification: M31

GİRİŞ

Ulus markalaşması pazarlama stratejilerinin uygulanması yoluyla bir ulusun imajını ve itibarını oluşturmayı amaçlayan ve günden güne gelişmekte olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşmeyle birlikte uluslar büyüme fırsatlarından yararlanmak ve global pazarda rekabet güçlerini artırmak amacıyla ulus markalaşmasına daha fazla odaklanmaktadır. Ulus markalaşması, ülkelerin ekonomik, sosyal, kültürel ve politik olarak hedeflerine ulaşmak için uluslararası alanda itibarlarını ve imajlarını yönetebilecekleri anahtar bir kavram olarak düşünülmektedir.

Bir ulus markası, bilinçli bir hareket olsun veya olmasın var olmaktadır. Her ülkenin uluslararası kitlesi nezdinde olumlu veya olumsuz, güçlü veya zayıf bir imajı vardır (Fan, 2006, s. 12; Hakala, Lemmetyinen, & Kantola, 2013, s. 540). Bu imaj ülkeye yapılan ziyaretler, ulus ile ilgili kişisel deneyimler, ticari markalarının kalitesi, siyasi olaylar, ulusal takımların performansı, sinema ve diğer görsel medya araçları, toplumsal davranışlar, sosyal ve kültürel etkinlikler aracılığıyla oluşabilmektedir. Bu çerçevede, ulus markalaşmasının asıl amacı ulus için sıfırdan başlayarak yeni bir marka yaratmak değil mevcut markanın stratejik olarak yönetilmesi ve bir ulusun diğer uluslar karşısında kendini farklı olarak konumlandırması olarak görülmektedir (Fan, 2010, s. 101).

Ulus markalaşma kavramını on farklı boyutta inceleyen bu çalışmada, ulus markalaşmasının önemi ve değerli bir ulus markasının ülkeler için oluşturduğu katkılar vurgulanmaya çalışılmıştır. Ayrıca seçili ekonomik parametrelerin ulus markası ile ilişkisi, oluşturulan “Ulus Markası Etki Endeksi” ile ölçümlenmiştir. Oluşturulan “Ulus Marka Etki Endeksi” sonuçları çerçevesinde yeni bir “Ulus Markası” sıralaması oluşturularak “Brand Finance 2020” sıralaması ile karşılaştırılmış, farklılık ve benzerliklerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Literatürü incelediğimizde ulus markalaşması kavramının genel olarak kamu diplomasisi, ülke imajı, turizm, ülke tanıtım filmleri ve küreselleşme olguları çerçevesinde incelendiği görülmüştür. Ekonomik boyutları da göz önüne alarak yapılan çalışmalar sınırlı kalmıştır. Söz konusu bu durum araştırmanın çıkış noktası olarak belirleyici olmuştur.

ULUS MARKALAŞMASI KAVRAMI

Gelişmekte olan bir araştırma alanı olarak ulus markalaşması büyük ölçüde uygulayıcılar tarafından yönlendirilen, kavramsal ve teorik olarak geliştirilmesine ihtiyaç duyulan bir kavramdır. İhracat, turizm veya iç/dış yatırımlar gibi spesifik ekonomik çıkarları teşvik etmeye odaklanan ülke menşei (COO) ve yer markalaşması üzerine yapılan çalışmaların aksine, ulus markalaşması bir ülkenin siyasi, ekonomik ve kültürel boyutları kapsayan uluslararası sahnedeki tüm imajıyla ilgilidir (Fan, 2010, s. 98).

Ulusların markalaşması kavramı ilk olarak Simon Anholt tarafından 1996 yılında ortaya çıkarılmıştır. Söz konusu kavram hakkında ilk gözlemi ise ülkelerin itibarının şirketlerin marka imajları gibi işlev gördüğü, ülkelerin ilerleme ve refahı için eşit derecede kritik öneme sahip olduğu olmuştur. 2000’li yıllar ile birlikte daha geniş bir alana yayılan ulus markalama, 2017 yılı ile birlikte gelişmiş ve gelişmekte

olan birçok ülke tarafından ele alınan ve hükümetlerin hedefleri doğrultusunda uygulamaya geçirilen bir olgu olarak etkinliğini sürdürmektedir (Nas, 2017, s. 31).

Ulusların karşı karşıya kaldıkları artan küresel rekabet göz önüne alındığında, ulus markalaşması günden güne önem kazanan bir olgu haline gelmiştir. İç ve dış yatırım hacminin yükselmesi ve güvenli bir yatırım ortamının sağlanması, turizm gelirlerin artırılması ve daha fazla turist gelmesinin sağlanması, dış ticaretin artırılarak ihracat kapasitesinin geliştirilmesi, nitelikli işgücünün çekilmesi, uluslararası arenada politik ve ekonomik olarak söz sahibi olunması ulus markalaşmasının olumlu kazanımları olarak dikkat çekmektedir (Dinnie K. , 2008, s. 17; Anholt, 2005, s. 297; Kotler & Gertner, 2002, s. 253; He, Wang, & Wu, 2021, s. 20; Steenkamp, 2021, s. 6).

ULUS MARKALAŞMASININ ORTAYA ÇIKIŞI

Ulus markası, bir ulusun uluslararası paydaşlarının zihnindeki kültür, dil, tarih, yemek, moda, sanatçılar, küresel markaları gibi unsurları içeren tüm algılarının toplamı olarak ifade edilmektedir (Fan, 2010, s. 101; Steenkamp, 2021, s. 7). Bilinçli bir çaba olsun ya da olmasın, her ulusun bir ulus markası vardır, çünkü her ülkenin uluslararası kitlesi nezdinde güçlü ya da zayıf, güncel ya da modası geçmiş, açık ya da belirsiz bir imajı vardır. Bu noktada “ulusal marka (national brand)” kavramı ile “ulus markası (nation brand)” kavramlarının açıklanması gerekmektedir. Ulusal marka (national brand), satışları ülke içi ile sınırlı olan yerel bir markanın veya dünya çapında tanınan küresel bir markanın aksine, ülke çapında bilinen, dağıtılan veya mevcut olan belirli bir ürün veya hizmeti ifade etmektedir (Fan, 2006, s. 12). Ulus markası ise ülkenin yabancılar veya kendi vatandaşları nezdinde algılanan imajı ile ilgili farklı bir kavramdır. Ticari bir marka ile karşılaştırıldığında benzerliklerden ziyade farklılıklar söz konusudur. Söz konusu farklılıklar Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Ulus Markası, Ürün Markası ve Kurumsal Marka Karşılaştırması

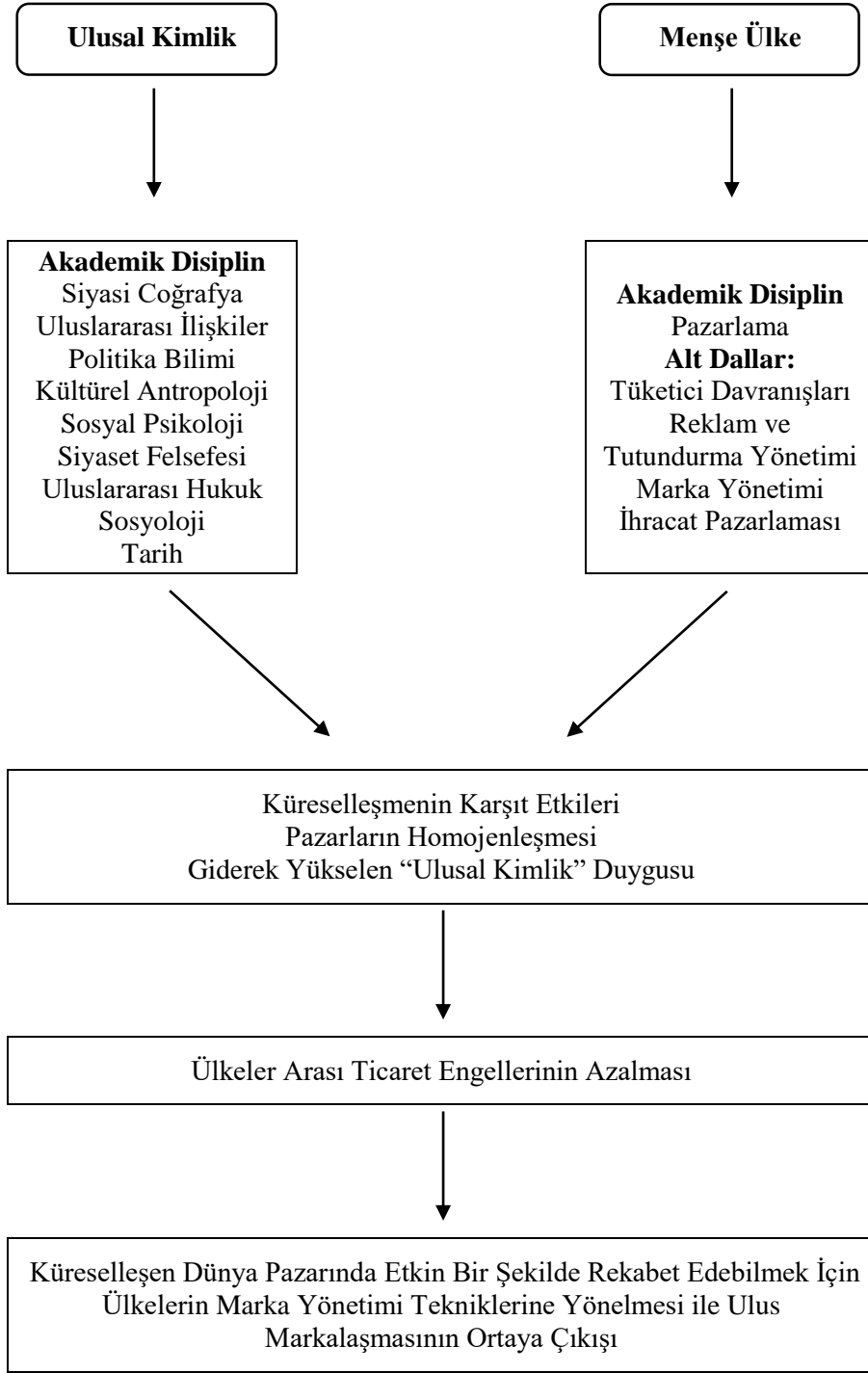
	<i>Ulus Markası</i>	<i>Ürün Markası</i>	<i>Kurumsal Marka</i>
Teklif	Yok	Sunulan Ürün veya Hizmet	Sektör veya Ürün
Özellikler	Basit Bir Şekilde Açıklanamayacak Kadar Karmaşık	Açıkça Tanımlanmış	Çok İyi Tanımlanmış
Fayda	Duygusal	Fonksiyonel ve Duygusal	Ağırlıklı Olarak Duygusal
İmaj	Karmaşık, Çeşitli, Belirsiz	Basit, Açık	Basit, Görünür veya Gizli
Bağlantı	İkincil, Çok Sayıda ve Çeşitli	Birincil ve İkincil, Daha az ve Daha Spesifik	Ağırlıklı Olarak İkincil, Daha Az ve Spesifik
Amaç	Ulusun İtibarını Artırmak	Satışları Artırmak ve İlişkileri Geliştirmek	İtibarı Artırmak ve İlişkileri Geliştirmek
Boyut	Siyasi, Ekonomik, Sosyal Ve Kültürel	Ağırlık Olarak Ekonomik	Ekonomik ve Sosyal
Sahiplik	Birden Fazla Paydaş	Tek Sahip	Tek Sahip
Kitle	Uluslararası, Çeşitli	Hedeflenen Kitle	Genel ve Hedeflenen Kitle

Kaynak : (Fan, 2010, s. 99)

Ulus markalaşması çerçevesinde diğer önemli bir nokta ise ulus kimliği, ulus imajı ve ulus itibarı kavramlarının sık sık birbiri yerine kullanılsa da farklı anlamlar taşımasıdır. Bu üç kavram da geçmiş deneyimler ve daha önce edinilmiş bilgiler ışığında ortaya çıkan ilişkilere atıfta bulunur. Ulus kimliği kendi kimliğini algılama ile ilgilidir. İmaj dışarıya yansıtılanı ifade ederken, itibar dışarıdan alınan geri bildirimdir (Whetten & Mackey, 2002, s. 400; Kavaratris & Hatch, 2013, s. 74). Ulus markalaşmasının ilgilendiği alan ise uluslararası alanlarda sahip olunan imaj ve itibardır (Fan, 2010, s. 100). Bir ulusun imajı diğer ülke vatandaşları tarafından belirlenir. Ticari markalar gibi bir ulusun imajı yenilenebilir, yeniden konumlandırılabilir ve ticari markalar gibi profesyonel bir şekilde aktarılabilir (Fan, 2010, s. 100).

Ulusal kimlik ve menşe ülke kavramları, ulus markalaşması ulus markasının ortaya çıkışının ana unsurunu oluşturan ve birbiriyle ilişkili iki alandır. Thakor ve Kohli (1996, s. 28) bir markanın menşe ülkesinin marka kişiliğinin önemli bir bileşenini temsil ettiğini ifade ederler. Menşe ülke kavramı ürünün üretildiği, pazarlama faaliyetlerinin yapıldığı kısacası ürünün aidiyet bağı bulunduğu ülkeyi ifade etmektedir. Tüketicilerin satın alma davranışını pozitif veya negatif yönde etkilemektedir. Almanya'nın yüksek performanslı otomobillerinin, İsviçre'nin bankacılığının ya da İtalya'nın tekstil ürünlerinin olumlu etki oluşturmaları veya Çin mallarının kalitesiz bir algısı olması menşe ülke etkisine (country of origin) örnek olarak verilebilir (Fan, 2010, s. 101; Porter, 2011, s. 203).

Ulusal kimlik ise bir ulusun geçmişini, bugünü ve geleceğini içeren, halk tarafından kalıcı ve ayırt edici olarak algılanan karakteristik özellikleri bünyesinde barındırmakta ve ülke vatandaşlarını birbirine bağlayan ve ulusal kimliğin özünü oluşturan bir "aidiyet duygusu" olarak ifade edilmektedir (Triandafyllidou, 1998, s. 603-604) . Uluslararası spor etkinliklerinde sergilenen ulusal kimlikteki yoğun gurur ve duygu, küreselleşme çağımızda bile ulusal kimliğin güçlü bir kavram olduğunu göstermektedir. Ulusal kimliğin diğer görsel tezahürleri, silahlı kuvvetlerin ve diğer kurumların üniformalarını, geleneksel kıyafetleri ve mimari tarzları içermektedir (Dinnie K. , 2008, s. 128). Ulusal kimlik ve menşe ülke kavramları çerçevesinde ulus markasının ortaya çıkışı Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Ulus Markalaşmasının Ortaya Çıkışı

Kaynak: Dinnie K. , 2008, s. 21

LİTERATÜR DEĞERLENDİRMEDE ULUS MARKALAŞMASINA TEORİK BAKIŞ

Ulus markalaşması, araştırmacılar arasında öncelikle nasıl tanımlanması gerektiği ve hangi bileşenlerin ulus markasını oluşturduğu konularında farklılık göstermektedir. Ulus markasının kapsamının tanımlanması konusunda da bir fikir birliği oluşmadığı görülmüştür (Hao, Paul, Trott, Guo, & Wu, 2019, s. 48). Destinasyon markası, yer markası ve ülke markası gibi diğer kavramlarla karıştırılması, ulus markalaşmasının ne anlama geldiği konusunda ortak bir tanım eksikliğine yol açmıştır. “Ulus” ve “ülke”

terimleri, farklı olmakla birlikte literatürde sıklıkla birbirinin yerine kullanılmaktadır (Fan, 2006; Hao, Paul, Trott, Guo, & Wu, 2019, s. 48). Ulus markalaşması, gittikçe popülerleşen bir araştırma alanı olmasına rağmen bu alanda yapılan tanımlamalar sınırlı kalmıştır.

Kotler ve Gertner (2002, s. 251) ulus markasının insanların bir yer hakkında edindikleri inanış ve izlenimlerin toplamı olduğunu, imajın bir yerle bağlantılı çok sayıda ilişkilendirme ve bilgi parçasının basitleştirilmesini temsil ettiğini, bir yerle ilgili çok büyük miktardaki verileri işleyerek temel bilgileri seçmeye çalışan zihnin ürünü olduğunu belirtmiştir.

Anholt (2005, s. 296-297) ulus markasını, kültürel, siyasi, ticari ve insan kaynakları, yatırım potansiyeli ve turist çekiciliği bileşenlerinden oluşan altı ulusal kabiliyet alanında insanların bir ülkeye ilişkin algılarının toplamı olduğunu ifade etmiştir.

Fetscherin (2010, s. 468) ülke markasının kamuya ait olduğunu; karmaşık ve birçok düzeyde bileşen ile disiplinler içerdiğini, hitap ettiği birçok paydaşlarının toplu katılımını gerektirdiğini ve bir ülkenin siyasi, ekonomik, sosyal, çevresel, tarihi ve kültürel yönleri dâhil olmak üzere bütün imajıyla ilgili olduğunu belirtmiştir.

Fan (2010, s. 98) göre ulus markalaşması uluslararası paydaşların zihnindeki tüm algılardır ve bir ulusun imajını desteklemek için markalaşma ile pazarlama iletişimi tekniklerinin uygulanmasıyla ilgilidir. Ulus markalaşması, menşe ülke, turizmde destinasyon markalaşması, kamu diplomasisi ve ulusal kimlik gibi çeşitli kaynakları “ebeveynleri” olarak saymaktadır.

Ulus markalaşması alanında son yirmi yılda yayınlanan teorik ve inceleme çalışmaları Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2. Ulus Markalaşması Teorik ve İnceleme Çalışma Özetleri

Yazar	Ana Araştırma Odağı	Ana Araştırma Bulguları
(He, Wang, & Wu, 2021)	Ulus markalaşması ve ulus marka değerini ticari markalara yerleştirme konusunda yollar önermek	Siyasi ve kültürel kimlik, ülke imajı ve ulus marka değeri olarak üç teori üzerinden ulus markası incelenmiştir. Ulus marka değeri yapısını kullanan bütünleştirici görüşün ticari markalara uygulanmasını gelecek araştırmalar için inceleme alanı olarak önermiştir.
(Steenkamp, 2021)	Ulus markalaşması için pazarlama literatürüne dayanan yeni bir kavramsal model sunmak	Çalışma, zengin markalama literatürünün ulus markalaşması eylem planları geliştirmek için kullanılması gerektiğini savunmakta ve altı aşamadan oluşan bir model önermektedir.
(Lahrech, Alabdulwahab, & Bouayach, 2020)	Ulus marka imajı ile doğrudan yabancı yatırım (DYY) girişleri arasında ilişki olup olmadığını incelemek	Ulus markalaşması ile doğrudan yabancı yatırım girişi arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca ulus markalaşmasının ülkeye iş ve yatırım çekmede önemli bir rol oynadığını belirtilmiştir.

(Papadopoulos, Hamzaoui-Essoussi, & Banna, 2016)	Ulus markalaşması, doğrudan yabancı yatırımcıları (FDI) çekmek amacıyla ihmal edilmiş bir alanı ele alarak araştırmak	Araştırmada önerilen ana çizgiler arasındaki bilgi eksikliği sonucunda yatırımcı ve ulusal kararları etkileyen ana faktörler, her iki alanda da fikir birliği olmadan karakterize edilmektedir.
(Osei & Gbadamosi, 2011)	Afrika'nın nasıl markalaştırıldığını keşfetmek ve kıtanın uluslararası ve yerli yatırımlar çekerek yeniden markalaştırılması için yollar önermek	Afrika'yı küresel ticari işlemler için kendi ayakları üzerinde durabilen bir kıta olarak yeniden markalaştırmak önerisi makalede özellikle vurgulanmıştır.
(Fan, 2006)	Neyin markalaştırıldığı ana sorusuna odaklanarak Ulus markalaşması kavramını incelemek	Ulus markalaşmasını ürün markalaştırmadan ayırmıştır. Ulus markalaşması ve ürün-ülke imajı arasında karşılaştırmalar yapılmıştır.
(Gilmore, 2002)	Üzerinde iyi düşünülerek yapılmış olan marka konumlandırmasının, konumlandırma yapılan ülkeye diğer ülkelere göre ne ölçüde avantaj sağladığını incelemek	Elde edilmiş konumlandırmanın alt konumlandırmalara çevrilecek kadar zengin olmasını, farklı grupları hedeflemesini ve ülkenin neler önerebileceği açısından doğrulanmış olmasını önermektedir.
(Kotler & Gertner, 2002)	Geniş kitleler tarafından kabul edilen ülke imajının, o ülkenin ürünleri, hizmetleri ve yatırım, iş ve turist çekme yeteneğine yönelik tutumları nasıl etkilediğini araştırmak	Bir ülkenin imajının, çekiciliğinin ve ürünlerinin tanıtımında stratejik pazarlama yönetiminin rolünü değerlendirmektedir.
(Olins, 2002)	Bir ulusun marka olmasının tarihini incelemek	Ülke markası kelimesinin bazı insanlar için önemsiz ve yüzeysel imalarla ulusal fikre uygun olmayan kavram olduğu için nefret edilebilir bir konsept olmadığı sonucuna varmaktadır.
(Papadopoulos & Heslop, 2002)	Ürün ülke görselleri üzerine yapılan araştırmayı gözden geçirmek ve ülke eşitlikçiliğinin çok yönlü doğasını tartışmak	Ülke markalaşmasının anlamının yetersiz anlaşılması nedeniyle ülke temelli pazarlamanın genellikle yeterince kullanılmadığı veya yanlış yönlendirildiği sonucuna varmaktadır. Detaylı araştırma gerektiren literatürde yer alan eksikliklere işaret etmekte ve geliştirmeye yönelik yaklaşımlar önermektedir.
(O'Shaughnessy & O'Shaughnessy, 2000)	Öncelikle marka kavramının bir ulus için ne ölçüde uygulanabilir olduğunu ve ülke ürünlerine yönelik tutumların etkilediği ulus imajı olgularını incelemek	Bir ulusun bir ürün kategorisine göre itibar sermayesinin, bir ulusun imajının parçalarının başarılı bir şekilde kullanılmasına rağmen, bir ulusun genel çekiciliğinden daha fazla seçimi etkileyeceği belirtilmiştir.
(Anholt, 1998)	Uluslararası düzeyde güçlenen pazarların küresel marka üretme potansiyeline sahip olduğunu önermek	Çalışma, marka ihraç etmenin, gelişmekte olan pazarlardan global pazarlara yükselme sürecini önemli ölçüde hızlandırabilecek bir gelişme stratejisinin parçası olduğunu savunmaktadır.

Kaynak: Hao, Paul, Trott, Guo, & Wu, 2019 çalışmasından geliştirilmiştir.

Literatür taraması çerçevesinde ulus markalaşması alanında yapılan çalışmalardaki araştırma temaları ulus markalaşma kavramının tek bir odak alanı olmadığını göstermektedir. Çalışmalar; ulus markalaşması ile ülke imajı ve itibarı (Papadopoulos & Elliot, 2016; Herrero-Crespo, Gutiérrez, & Garcia-Salmones, 2016; Sun, Paswan, & Tieslau, 2016; Yousaf & Li, 2015; Hakala, Lemmetyinen, & Kantola, 2013; Rojas-Mendez, 2013; Sun & Paswan, 2011; Heslop, Nadeau, & o'Reilly, 2010; Kang & Yang, 2010), ulus marka kişiliği (Rojas-Méndez, Papadopoulos, & Alwan, 2015; Kim, Shim, & Dinnie, 2013; Rojas-Méndez, Papadopoulos, & Murphy, 2013; D'Astous & Boujbel, 2007), ulus marka gücü ve ölçümü (Fetscherin, 2010; Anholt, 2005) , ulus markalaşması ve bütünlük pazarlama iletişimi (Kerrigan, Shivanandan, & Hede, 2012; Dinnie, Melewar, Seidenfuss, & Musa, 2010) olarak dört alanda yoğunlaşmıştır.

Literatürde yer alan ulusal yayınlar incelendiğinde Nas tarafından (2017) yılında yayınlanan “Ulus Markalama Dünyadan Örneklerle Kuram ve Uygulama” isimli çalışma öne çıkmaktadır. Çalışma ulus marka kavramını kuramsal açıdan ele alınmakta, Asya, Okyanusya, Afrika, Avrupa ile Kuzey ve Güney Amerika kıtalarından toplam 33 ülkede gerçekleştirilen ulus markalama girişimleri incelenmektedir.

Ulus markalaşması kavramı ile ilgili olarak ulusal ve uluslararası yayınlar incelendiğinde alanda kabul edilen ortak bir tanımlama olmadığı, “ülke”, “ulus” , “yer markası” kavramlarının karışıklık yarattığı, ulus marka değerini belirlemek amacıyla, değerli ve güçlü ulus markasının getirilerini net olarak ortaya çıkaran ve akademik alanda onaylanmış bir ölçek olmadığı görülmüştür. Brand Finance, Future Brand, Ipsos-Anholt, InterBrand, The RepTrak Company gibi araştırma ve danışmanlık şirketleri ölçümler yaparak çeşitli endeksler ve raporlar yayınlamaktadırlar. Fakat söz konusu şirketlerin ölçümleme kriterlerinin nasıl belirlendiği, hangi kriterlerin dikkate alındığı net olarak açıklanmamaktadır. Çalışma kapsamında belirlenen ekonomik parametreler ışığında küresel sıralamalar oluşturularak anılan ulus markası ile ekonomik göstergeler arasındaki ilişkiler irdelenmeye çalışılmıştır.

ULUS MARKASI DEĞERİ ÖLÇÜMLEMELERİ: GLOBAL ENDEKSLER

Ulus marka değerlerini belirledikleri kriterler ışığında ölçen, değerlendiren ve yıllık raporlar yayınlayan kuruluşların oluşturdukları çalışmalar ulus marka endeksleri olarak adlandırılmaktadır. Anholt-Ipsos, Future Brand ve Brand Finance şirketleri bu alanda öne çıkan danışmanlık şirketleridir.

Future Brand Ülke Marka Endeksi

Uluslararası marka danışmanlık firması olan Future Brand 2005 yılından bu yana “Ülke Marka Endeksi” (Country Brand Index) raporları yayınlamaktadır. Future Brand “Ülke Markası Endeksi” ülkelerin imajlarına yoğunlaşan ve ağırlıklı olarak ülkelerin uluslararası arenada nasıl algılandıkları ile ilgilenmesi sebebiyle ulus markası yerine ülke markası ifadesini tercih etmektedir. Bu kapsamda hedef ülkeler

hakkında değerli bilgiler sağlamakla birlikte, Anholt GFK ve Brand Finance endekslerinden ayrılmaktadır.¹

Anholt-GFK Ulus Marka Endeksi

Ulus markalama kavramını ilk olarak ifade eden Simon Anholt ve uluslararası alanda tüketici analizleri ve pazar araştırmaları yapan danışmanlık şirketi GFK iş birliği ile yayınlanan Anholt-GFK ulus marka endeksi ulus markalama alanında dikkat çeken çalışmalardan biridir. Dış ticaret, turizm, yatırım ve göç, kültür ve miras, vatandaşlar ve toplum ile yönetim olmak üzere altı farklı kategoride 2005 yılından beri alan araştırmaları ve ölçümlenmeler yaparak ulusların marka imajını değerlendirmekte ve ulus marka endeksleri yayınlamaktadır.

Brand Finance Ulus Marka Endeksi

1996 yılında kurulan Londra merkezli Brand Finance uluslararası yatırım, markalaşma ve pazarlama alanlarında danışmanlık hizmeti vermektedir. Her yıl dünyanın en büyük 5.000 markasını çeşitli analiz ve testlere tabi tutarak markaları tüm sektörler ve ülkeler arasında sıralamakta ve yılda 100'e yakın rapor yayınlamaktadırlar. 2011 yılından bu yana "Ulus Marka Endeksleri" (Nation Brand) yayınlamaktadırlar. Ulus marka endeksi Tablo 3'de yer alan üç ana kategoriden oluşmaktadır.

Tablo 3. Brand Finance Ulus Markalama Tablosu

Yatırım 25%	Değer 50%	Performans 25%
Yatırım Alt Bileşenler	Değer Alt Bileşenler	Performans Alt Bileşenler
İş & Ticaret: Vergi, Altyapı, Girişim Sermayesi	Aşınalık: İlgili Ulus(lar)a Aşınalık	GSYİH (Gayri Safı Yurtiçi Hasıla) GSYİH ve Büyüme Göstergeleri
Yönetim: Yasal Çerçeve, Yargı Bağımsızlığı	Genel Etki: İlgili Ulusun/Ulusların Algılanan Etkisi	Piyasalar: Doğrudan Yabancı Yatırım, İşsizlik Oranları
Uluslararası İlişkiler: Çevre, Uluslararası Açıklık	İtibar: İlgili Ulusun Algılanan İtibarı	Turizm: Harcama Sıklığı Ve Ortalama Harcama
Medya ve İletişim: İnternet Kullanımı/Erişimi, Online Devlet Hizmetleri	İş ve Ticaret: Markalar, İş Yapma Kolaylığı	Refah: Genel Refah Ve Mutluluğa İlişkin Genel Nüfus Algıları
Eğitim ve Bilim: Personel Eğitimi, Üniversiteler, Patentler; Mezun Sayıları	Yönetişim: Siyasi İklim, Güvenlik, Yasal Uluslararası İlişkiler	
Toplum & Değerler: Emniyet ve Güvenlik, Yaşam Beklentisi, Eşitlik	Uluslararası İlişkiler: Etki, Ülke İlişkileri	
	Kültür ve Miras: Miras, Yaşam tarzı, Yemek	
	Medya ve İletişim: Güvenilir, Etkili	
	Eğitim ve Bilim: Eğitimde Lider	
	Toplum Ve Değerler:	

¹ Future Brand Country Index Report 2020

Kaynak: Brand Finance Nation Brands November 2020 Report – S: 17

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Ulus markalaşması kavramını inceleyen bu çalışmanın amacı, ülkelerin çeşitli ekonomik boyutlarda dünya sıralamalarını oluşturarak, ulus marka sıralaması ile karşılaştırılması, etkilendiği noktaların belirlenmesi, boyutların birbiri ile olan ilişkilerinin ortaya çıkarılması ve değerli bir ulus markasının ülkeler için oluşturduğu katkıları belirlemektir. Ayrıca seçili ekonomik parametrelerin ulus markası ile ilişkisi, oluşturulan endeks ile ölçümlenmiştir. Endeks sonuçları ile yeni bir “Ulus Markası” sıralaması oluşturarak “Brand Finance 2020” sıralaması ile karşılaştırılmış, farklılık ve benzerliklerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Literatürü incelediğimizde ulus markalaşması kavramının genel olarak kamu diplomasisi, ülke imajı, ülke marka kişiliği, turizm, ülke tanıtım filmleri ve küreselleşme olguları çerçevesinde incelendiği görülmüştür. Ekonomik boyutları da göz önüne alarak yapılan çalışmalar sınırlı kalmıştır. Söz konusu bu durum araştırmanın çıkış noktası olarak belirleyici olmuştur.

Araştırma ve Veri Toplama Yöntemi

Uluslararası araştırma şirketleri Anholt-GFK ve Future Brand tarafından yayınlanan ulus/ülke marka endekslerinden farklı olarak Brand Finance endeksi ölçümleme modelinde ülkelerin ekonomik verilerini de endekse dâhil etmektedir. Bu sebeple, Brand Finance ulus marka endeksi araştırmanın temel çıkış noktası olmuş ve Brand Finance “Ulus Marka 2020” sıralamasında yer alan ilk 50 ülke çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Öncelikle belirlenen ilk 50 ülkenin, Tablo 4’de yer alan ekonomik göstergeler gayri safi yurt içi hasıla, doğrudan yabancı yatırım, ürün ihracatı, hizmet ihracatı, birim başına ihracat değeri, turizm geliri ve gelen turist sayısı raporları alınarak her veri için küresel sıralamalar oluşturulmuştur. Markalaşmanın öneminin vurgulanması amacıyla “Dünyanın En Değerli 500 Markası” sıralamasında ülkelerin sahip olduğu marka sayısı çıkarılmış, elde edilen veri ile küresel sıralama oluşturulmuş ve ölçüme eklenmiştir. Ulus imajının ve itibarının etkisinin görülmesi amacıyla da dünyanın en saygın ülkeleri sıralaması ayrıca ölçüme eklenmiştir. Araştırma kapsamında turizm gelirleri, ülkeye gelen turist sayısı verileri ile en saygın ülkeler sıralaması, 2020 yılında Covid-19 pandemisi nedeniyle dünya genelinde yaşanan seyahat kısıtlamaları sebebiyle 2019 yılından, diğer veriler 2020 yılından alınmıştır. Araştırma kapsamında az sayıda ülkede bazı² verilere ulaşılammış olup, erişilen veriler göz önünde bulundurularak hesaplama yapılmıştır.

² Eksik Olan Veriler

Turizm Gelirleri: Çin, Birleşik Krallık, Kanada, İspanya, Hollanda, İsveç, Singapur, Danimarka, İran, Yeni Zelanda
Ülkeyi Ziyaret Eden Turist Sayısı: Nijerya, Pakistan

Tablo 4. Ekonomik Göstergeler ve Kaynaklar

KISALTMA	TANIM	KAYNAK	YIL
NB	Ulus Markası	Brand Finance	2020
GDP	Gayri Safi Yurt içi Hasıla-GSYİH	World Bank	2020
FDI	Doğrudan Yabancı Yatırım-DYY	World Bank	2020
EXP-P	Mal İhracatı	Trade Map	2020
EXP-S	Hizmet İhracatı	Trade Map	2020
EXPUV	İhracat Birim Değeri	Unctad	2020
ITR	Turizm Gelirleri	WorldBank, Unwto	2019
ITNOA	Ülkeyi Ziyaret Eden Turist Sayısı	WorldBank, Unwto	2019
GB-500	“Dünyanın En Değerli Global 500 Markası” İçinde Yer Alan Ülke Marka Sayısı	Brand Finance	2020
RC	Dünyanın En Saygın Ülkeleri	Forbes, RepTrak	2019

Araştırma Örnekleminde Yer Alan Ülkelere Ait Bilgiler

Uluslararası veri kaynaklarından elde edilen bilgiler ışığında ülkelerin belirlenen boyutlarda küresel sıralaması Tablo 5'te yer almaktadır.³ Oluşturulan küresel sıralamalar ile ulus marka sıralamasında yer alan ülkelerin, gayrisafi yurt içi hasıla, doğrudan yabancı yatırımlar, dış ticaret gibi ekonomik boyutlar ile turizm, markalaşma ve uluslararası itibar alanlarında dünya sıralamalarında ne durumda olduğunun görülmesi ve ulus marka sıralaması ile karşılaştırılması hedeflenmiştir.

Tablo 5. Belirlenen Ekonomik Göstergelerde 10 Ülke Küresel Sıralaması

ÜLKELER	NB	GDP	FDI	EXP-P	EXP-S	EXPUV	ITR	ITNOA	GB-500	RC
ABD	1	1	1	2	1	151	1	2	1	36
Çin	2	2	2	1	4	161	128	3	2	45
Japonya	3	3	23	4	10	126	6	22	3	11
Almanya	4	4	8	3	3	42	4	15	5	19
Birleşik Krallık	5	5	18	12	2	186	128	13	5	18
Fransa	6	6	20	9	6	58	2	1	4	21
Hindistan	7	7	5	20	7	145	12	32	8	37
Kanada	8	9	14	13	17	171	128	20	7	6
İtalya	9	8	186	8	15	37	5	6	10	15
Güney Kore	10	10	26	7	16	184	13	33	13	31

Ulus Markası Etki Endeksi Hesaplama Algoritması

Ulus markası etki endeksini hesaplamak üzere, on ana boyutta 50 farklı ülke verileri min-max normalizasyon yöntemi ile aynı ölçek üzerine indirgenmiş ve endekse dönüştürülmüştür.⁴ Oluşturulan

³ Seçilen 50 Ülkenin Belirlenen Boyutlarda Küresel Sıralamaları Ek-1'de yer almaktadır.

⁴ Seçilen 50 Ülkenin Belirlenen Boyutlarda Endeks Değerleri Ek-2'de yer almaktadır.

endeks değerlerinin aralarında doğrusal ilişki olduğu gözlenmiş ve bu doğrusal ilişkinin anlamlı olup olmadığını ölçmek amacıyla SPSS programında korelasyon testleri uygulanmıştır. Yapılan Shapiro - Wilk testi kapsamında 7 gösterge normal dağılmazken, basıklık ve yatıklık değerleri ile yapılan analizde 4 göstergenin normal dağılmadığı, 6 göstergenin ise normal dağıldığı görülmüştür. Bu kapsamda 6 gösterge Pearson Korelasyon testi ile, 4 gösterge Spearman's rho korelasyon testi ile analiz edilmiştir. Korelasyonunun önemliliği için test edilecek hipotezler Tablo 6'daki gibi yapılandırılmıştır.

Tablo 6. Korelasyon Testi Hipotezleri

H_1	Ulus markası ile gayri saf yurt içi hasıla arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_2	Ulus markası ile doğrudan yabancı yatırım arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_3	Ulus markası ile mal ihracatı arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_4	Ulus markası ile hizmet ihracatı arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_5	Ulus markası ile ihracat birim değeri arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_6	Ulus markası ile turizm gelirleri arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_7	Ulus markası ile ülkeyi ziyaret eden turist sayısı arasındaki ilişki anlamlıdır.
H_8	Ulus markası ile "Dünyanın En Değerli Global 500 Markası" İçinde Yer Alan Marka Sayısı arasındaki ilişki anlamlıdır. ($r \neq 0$)
H_9	Ulus markası ile dünyanın en saygın ülkeleri sıralaması arasındaki ilişki anlamlıdır.

Bu çerçevede analiz sonuçları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. 10 Boyutta Korelasyon Analizi Göstergeleri

	Ulus Markası (NB)	
	<i>r</i>	Sig. (2 tailed)
GDP	,909**	0
FDI	,517**	0
EXP-P	,817**	0
EXP-S	,758**	0
EXPUV	,033	0,822
ITR	,354*	0,012
ITRNOA	,575**	0
GB500	,887**	0
RC	,347*	0,013

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Korelasyon analizi sonuçları kapsamında ulus markasının (NB) ;

- Gayri safi yurt içi hasıla (GDP) ile çok önemli düzeyde ($r = ,909$) ilişkili olduğu ve H_1 hipotezini karşılandığı,
- Doğrudan yabancı yatırım (FDI) ile önemli düzeyde ($r = ,517$) bir ilişki olduğu ve H_2 hipotezinin karşılandığı,
- Ürün (EXP-P) ve hizmet ihracatı (EXP-S) ile önemli düzeyde ($r = ,817$, $r = ,758$) ilişkili olduğu ve H_3 ile H_4 hipotezlerinin karşılandığı,

- Birim başına ihracat değeri (EXPUV) ile ilişkinin ($r = ,033$) önemsiz olduğu ve H_5 hipotezinin karşılanmadığı,
- Turizm gelirleri (ITR) ile düşük önemde ilişkili ($r = 0,354$) olduğu ve H_6 hipotezinin karşılandığı,
- Ülkeye gelen turist sayısı (ITRNOA) ile önemli düzeyde bir ilişki ($r = ,575$) olduğu ve H_7 hipotezinin karşılandığı,
- “Dünyanın En Değerli 500 Markası” (GB-500) ile oluşturulan gösterge ile önemli düzeyde ilişki ($r = ,887$) olduğu ve H_8 hipotezinin karşılandığı,
- “Dünyanın En Saygın Ülkeleri” (RC) sıralaması ile düşük önemde ilişkili ($r = ,347$) olduğu ve H_9 hipotezinin karşılandığı, görülmektedir.

Korelasyon analizleri sonucunda göstergelerin birbiri ile önemli derecede ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede ülkelerin endeks değerlerinin⁵ Nation Brand (NB) göstergesi hariç tutularak ve diğer göstergelerin de ağırlıkları eşit kabul edilerek ortalaması alınmış ve ortalama endeks değerleri ışığında yeni bir ulus marka sıralaması ortaya çıkarılmıştır. Endeks değerlerine göre oluşturulan yeni sıralama ile yayınlanan Nation Brand 2020 sıralaması Tablo 8’de yer almaktadır.⁶

Tablo 8. Oluşturulan Yeni Sıralama ve Brand Finance Nation Brand 2020 Sıralamaları Karşılaştırma Tablosu

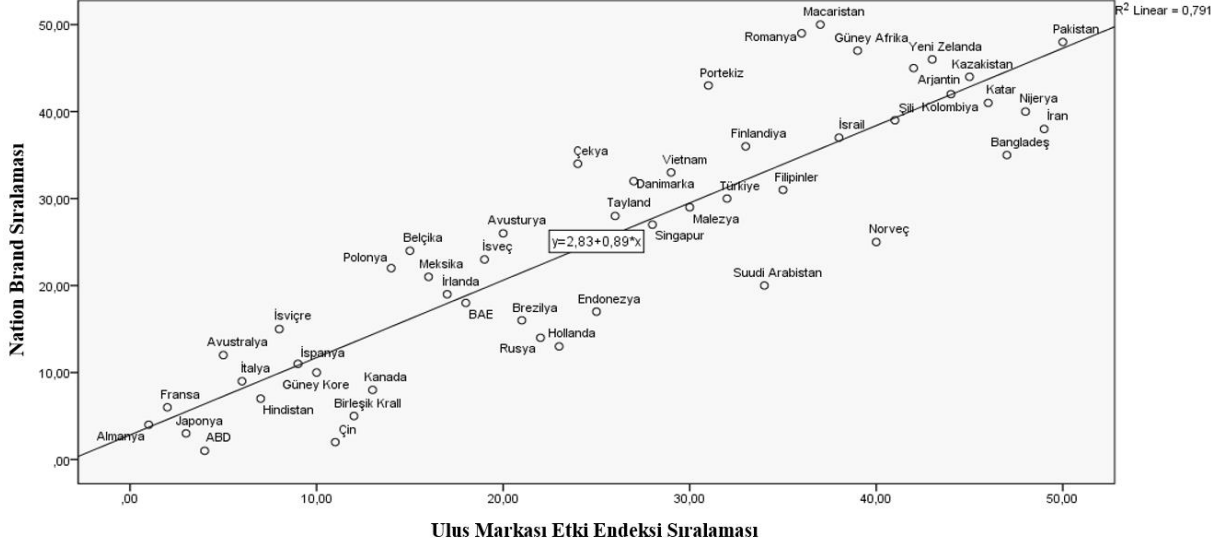
SIRA	Brand Finance 2020 (NB)	Oluşturulan Yeni Sıralama	DEĞİŞİM
1	ABD	Almanya	3 ↑
2	Çin	Fransa	4 ↑
3	Japonya	Japonya	0 —
4	Almanya	ABD	-3 ↓
5	Birleşik Krallık	Avustralya	7 ↑
6	Fransa	İtalya	3 ↑
7	Hindistan	Hindistan	0 —
8	Kanada	İsviçre	7 ↑
9	İtalya	İspanya	2 ↑
10	Güney Kore	Güney Kore	0 —
11	İspanya	Çin	-9 ↓
12	Avustralya	Birleşik Krallık	-7 ↓
13	Hollanda	Kanada	-5 ↓
14	Rusya	Polonya	8 ↑
15	İsviçre	Belçika	9 ↑
16	Brezilya	Meksika	5 ↑
17	Endonezya	İrlanda	2 ↑

⁵ Bkz. Ek-2

⁶ Oluşturulan Yeni Sıralama ve Brand Finance Nation Brand 2020 Sıralamaları 50 Ülke Karşılaştırma Tablosu Ek-3’te yer almaktadır.

18	BAE	BAE	0	—
19	İrlanda	İsveç	4	↑
20	Suudi Arabistan	Avusturya	6	↑

Ulus Marka Etki Endeksi ve Nation Brand göstergeleri karşılaştırma tablosu çerçevesinde oluşturulan Şekil 2’de yer almaktadır.



Şekil 2. Ulus Marka Etki Endeksi ve Nation Brand Göstergeleri Karşılaştırmalı Grafiği

Anılan grafikte Nation Brand 2020 sıralaması ile yapılan korelasyon analizleri ve endeks değerleri ışığında ortaya çıkan yeni ulus sıralamasının doğrusal olarak ilerlediği ve çalışmanın Brand Finance çalışması ile örtüştüğü görülmektedir.

SONUÇ

Ulus markalaşma kavramını dokuz farklı boyutta inceleyen bu çalışma, ulus markalaşmasının önemi ve değerli bir ulus markasının ülkeler için oluşturduğu katkıları vurgulamaya çalışmıştır.

Ulus markasının seçili ekonomik parametreler ile ilişkisi analiz edilmiştir. Çalışma çıktılarında ulus markasının, gayri safi yurt içi hasıla, doğrudan yabancı yatırımlar, ihracat, turizm gelirleri ve ülkeye gelen turist sayısı ile önemli düzeyde ilişkili olduğu ve çalışmada yer alan dokuz hipotezin sekizinin karşılandığı görülmüştür.

Literatürde yer alan çalışmalarda, ulus markalaşmasının yatırım, sanayi ve ticaret, ihracat gibi ekonomik alanları etkilediğini ve etkilediğini, bir ulusun marka değerini artırmasının ve gerçek potansiyeline ulaşması politik, kültürel ve sosyal faktörlerin hepsinin birlikte değerlendirilmesiyle sağlandığını göstermektedir (Dinnie K. , 2008, s. 17; Anholt, 2005, s. 297; Kotler & Gertner, 2002, s. 253; He, Wang, & Wu, 2021, s. 20; Steenkamp, 2021, s. 6). Güçlü ve değerli bir ulus markası, yatırımcılar için yatırım olanaklarını daha görünür kılmakta, güvenli ve istikrarlı bir ortam temin ederek dış yatırımların

ülkeye gelmesine katkı sağlamaktadır (Fetscherin, 2010, s. 469; Lahrech, Alabdulwahab, & Bouayach, 2020, s. 254).

Çalışma kapsamında oluşturulan yeni ulus marka sıralaması ile Brand Finance Nation Brand 2020 sıralaması karşılaştırılması sonucunda ise belirlenen ekonomik göstergeler ile ulus markası arasında ortaya çıkan pozitif yönlü önemli ilişkilerin sıralamayı etkilediği belirlenmiştir. Brand Finance 2020 raporunda yer alan sıralamada Nation Brand 2020 sıralamasında 1. Olan ABD'nin çalışma kapsamında oluşturulan yeni sıralamada 4. olduğu, 4.olan Almanya'nın 1. Olduğu görülmüştür. 2. Olan Çin'in 9 basamak gerileyerek 11. olduğu, 2.sıraya ise 4 basamak yükselerek Fransa'nın geldiği, Japonya, Hindistan, Güney Kore ve Birlik Arap Emirlikleri'nin ise her iki sıralamada yerlerini koruduğu görülmektedir.

Çalışma çerçevesinde ulus markası ile “Dünyanın En Değerli 500 Markası” sıralaması arasındaki önemli düzeyde ilişki göz önüne alındığında güçlü ulusal markaların imajlarının ve ulusal marka değerlerinin de ulus markasını ve ulus marka imajını etkilediği görülmektedir. Oluşturulan yeni sıralamada ilk sırada yer alan Almanya'nın ulus markası ve ulus markası imajını BMW, Mercedes, Audi Volkswagen, Bayer, DHL, Bosch, Siemens, Adidas gibi küresel markalarının başarıları etkilemekte ve güçlendirmektedir (Nas, 2017, s. 153).

Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular değerlendirildiğinde, ulus marka değeri ile temel ekonomik göstergeler arasında olumlu yönde birbirini etkileyen güçlü ilişkiler çerçevesinde ulus marka değeri anılan ekonomik göstergelere önemli katkılar sağlamakta, anılan ekonomik göstergeler de sağlanan bu katkılar sayesinde ulus marka değerini yükseltmektedir. Günümüz rekabet koşullarında tüm bu bulgular göz önünde bulundurulduğunda değerli bir ulus markası oluşturmak tüm uluslar için kaçınılmaz görünmekte ve rekabet gücü olarak (Kaneva, 2011, s. 120) ön plana çıkmaktadır. Ayrıca ülkelerin sürdürülebilir kalkınmasında önemli unsurlardan biri olarak işlev görmektedir (Fetscherin, 2010, s. 475). Gelecekte yapılacak araştırmalarda, ulus marka gücünü veya ulus marka değerini ölçen standart bir ölçek geliştirilmesi literatürde yer alan önemli bir boşluğu dolduracaktır. Ayrıca ulus markalaşması alanında literatürde yapılan çalışmalar diğer ülke vatandaşlarının bir ulus markasına ilişkin algılarına ışık tutarken, ülkenin kendi vatandaşlarının kendi ulus markasına ilişkin algılarına araştırmalarda daha az ilgi gösterilmiştir. Ulus markasının kamuya ait olması, vatandaşların aslında ulus markası elçisi ve ulus marka imajını yayan bir işlev görmeleri ile ulus markasının etkin yönetimi açısından vatandaşların devletin uyguladığı ulus markalaşma stratejilerine ilişkin algılarını ve ulus markasını ne ölçüde benimsediklerini belirlemek amacıyla yapılacak çalışmaların literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Anholt, S. (1998). Nation -brands of the twenty-first century. *The Journal of Brand Management*, Vol. 5 Number 6 pp.395-406.
- Anholt, S. (2005). Anholt nation brands index: how does the world see America? *Journal Of Advertising Research*, Vol. 45 No. 3, P: 296-304.
- Anholt, S. (2011). *Yerlerin Markalaşması : Kimlik, İmaj ve İtibar*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları .
- Clifton, R. (2014). *Markalar ve Markalaşma*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- D'Astous, A., & Boujbel, L. (2007). Positioning countries on personality dimensions: scale development and implications for country marketing. *Journal of Business Research*, Vol. 60 No. 3, pp. 231-239.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding Concepts, Issues, Practice*. Oxford: Elsevier.
- Dinnie, K., Melewar, T. C., Seidenfuss, K., & Musa, G. (2010). Nation branding and integrated marketing communications: an ASEAN perspective. *International Marketing Review*, Vol. 27 No. 4, pp. 388-403.
- Fan, Y. (2006). Branding the nation: what is being branded? *Journal of Vacation Marketing*, Vol:12 P:5-14.
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards. *Place Branding and Public Diplomacy Vol. 6,* 97-103.
- Fetscherin, M. (2010). The Determinants And Measurement Of A Country Brand: The Country Brand Strength Index. *International Marketing Review*, Vol. 27 No. 4 P.466-479.
- Gilmore, F. (2002). A country—can it be repositioned? Spain—the success story of country branding. *Brand Management*, Vol 9, No: 4-5 pp. 281-293.
- Hakala, U., Lemmetyinen, A., & Kantola, S. P. (2013). Country image as a nation-branding tool. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 31 No. 5, pp. 538-556.
- Hao, A., Paul, J., Trott, S., Guo, C., & Wu, H.-H. (2019). Two decades of research on nation branding: a review and future research agenda. *International Marketing Review*, Vol. 38 No. 1, 46-69.
- He, J., Wang, C. L., & Wu, Y. (2021). Building the connection between nation and commercial brand:an integrative review and future research directions. *International Marketing Review*, Vol.38 No.1 pp.19-35.
- Herrero-Crespo, A., Gutiérrez, H. S., & Garcia-Salmones, M. (2016). Influence of country image on country brand equity: application to higher education services. *International Marketing Review*, Vol. 33 No. 5, pp. 691-714.

- Heslop, L. A., Nadeau, J., & o'Reilly, N. (2010). China and the Olympics: Views of insiders and outsiders. *International Marketing Review* , 27(4):404-433.
- Hollis, N. (2011). *Küresel Marka: Dünya Pazarında Kalıcı Marka Değeri Yaratma Ve Geliştirme Yöntemleri*. İstanbul: Brandage Yayınları - İstanbul Ticaret Odası.
- K. Aktuğlu, I. (2018). *Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kaneva, N. (2011). Nation Branding: Toward an Agenda for Critical Research. *International Journal of Communication*, 5/ 117-141.
- Kang, M., & Yang, S. U. (2010). Comparing effects of country reputation and the overall corporate reputations of a country on international consumers' product attitudes and purchase intentions. *Corporate Reputation Review*, Vol. 13 No. 1, pp. 52-62.
- Kavaratris, M., & Hatch, M. j. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 69-86 13(1).
- Kerrigan, F., Shivanandan, J., & Hede, A. M. (2012). Nation branding: a critical appraisal of incredible India. *Journal of Macromarketing*, Vol. 32 No. 3, pp. 319-327.
- Kim, Y., Shim, S., & Dinnie, K. (2013). The dimensions of nation brand personality: a study of nine countries. *Corporate Reputation Review*, Vol. 16 No. 1, pp. 34-47.
- Kotler , P., & Gertner, D. (2002). Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective. *Journal of Brand Management*, Vol.9 No:4/5 P:249-261.
- Lahrech, A., Alabdulwahab, S., & Bouayach, S. (2020). Nation Branding and How It Is Related to Foreign Direct Investment Inflows. *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol.10(2), pp. 248-255.
- Mrugank, T. V., & Kohli, C. S. (1996). Brand origin: conceptualization. *JOURNAL OF CONSUMER MARKETING*, VOL. 13 NO. 3 27-42.
- Nas, A. (2017). *Ulus Markalama Dünyadan Örneklerle Kuram ve Uygulama*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- O'Shaughnessy, J., & O'Shaughnessy, N. (2000). Treating the nation as a brand: some neglected issues. *Journal of Macromarketing*, Vol. 20 No. 1, pp. 56-64.
- Olins, W. (2002). Branding the nation—the historical context. *Brand Management*, Vol 9, No:4-5, pp. 241-248.
- Osei, C., & Gbadamosi, A. (2011). "Rebranding Africa". *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 29, No. 3, pp. 284-304.

- Papadopoulos, N., & Heslop, L. (2002). Country equity and country branding: Problems and prospects. *Brand Management*, Vol 9 No:4-5, 294-314.
- Papadopoulos, N., Hamzaoui-Essoussi, L., & Banna, A. E. (2016). Nation branding for foreign direct investment: an integrative review and directions for research and strategy. *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 25 No. 7, pp. 615-628.
- Papadopoulos, P., & Elliot, S. (2016). Of product and tourism destinations: an integrative, cross-national study of place image. *Journal of Business Research*, Vol.69 No:3 S: 1157-1165.
- Paswan, A., Kulkarni, S., & Ganesh, G. (2003). Loyalty towards the country, the state and the service brands. *Journal of Brand Management*, Vol. 10 No. 3, pp. 233-251.
- Porter, M. E. (2011). *Rekabet Üzerine*. (K. Tanrıyar, Çev.) İstanbul: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Rojas-Mendez, J. (2013). The nation brand molecule. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 22 No. 7, pp. 462-472.
- Rojas-Méndez, J., Papadopoulos, N., & Alwan, M. (2015). Testing self-congruity theory in the context of nation brand personality. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 24 No. 1, pp. 18-27.
- Rojas-Méndez, J., Papadopoulos, N., & Murphy, S. A. (2013). Measuring and positioning nation brands: a comparative brand personality approach. *Corporate Reputation Review*, Vol. 16 No. 1, pp. 48-65.
- Steenkamp, J.-B. (2021). Building strong nation brands. *International Marketing Review*, Vol.38 No.1 pp.6-18.
- Sun, Q., & Paswan, A. K. (2011). Country branding using product quality. *Journal of Brand Management*, Vol. 19 No. 2, pp. 143-157.
- Sun, Q., Paswan, A. K., & Tieslau, M. A. (2016). Country Resources, Country Image, and Exports: Country Branding and International Marketing Implications. *Journal of Global Marketing*, 29:4 P:233-246.
- Triandafyllidou, A. (1998). National identity and the 'other'. *Ethnic and Racial Studies*, 593-612.
- Whetten, D., & Mackey, A. (2002). A Social Actor Conception of Organizational Identity and Its Implications for the Study of Organizational Reputation. *Business & Society*, 393-414.
- Yousaf, S., & Li, H. (2015). Social identity, collective self-esteem and country reputation: the case of Pakistan. *Journal of Product & Brand Management*, Vol.24 No.4 pp. 299-411.

İnternet Kaynakları

<https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism> adresinden alındı. Erişim:16.11.2021

<https://www.forbes.com/sites/vickyvalet/2019/10/15/the-worlds-most-reputable-countries2019/?sh=32edfc114cb8> adresinden alındı. Erişim:13.11.2021

<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740> adresinden alındı. Erişim:15.11.2021

<https://brandirectory.com/rankings/global/2020/table> adresinden alındı. Erişim:13.11.2021

<https://brandirectory.com/rankings/nation-brands/2020/table> adresinden alındı. Erişim: 04.11.2021

https://www.trademap.org/Country_SelService_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c%7cS00%7c1%7c3%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 adresinden alındı. Erişim:06.11.2021

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 adresinden alındı. Erişim:06.11.2021

https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?most_recent_value_desc=true adresinden alındı. Erişim: 06.11.2021

https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?most_recent_value_desc=true adresinden alındı. Erişim:06.11.2021

https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true adresinden alındı. Erişim:06.11.2021

<https://www.unwto.org/country-profile-inbound-tourism> adresinden alındı. Erişim:16.11.2021

EK-1 Seçilen 50 Ülkenin Belirlenen Boyutlarda Küresel Sıralamaları

ÜLKELER	NB	GDP	FDI	EXP-P	EXP-S	EXPUV	ITR	ITNOA	GB-500	RC
ABD	1	1	1	2	1	151	1	2	1	36
Çin	2	2	2	1	4	161	128	3	2	45
Japonya	3	3	23	4	10	126	6	22	3	11
Almanya	4	4	8	3	3	42	4	15	5	19
Birleşik Krallık	5	5	18	12	2	186	128	13	5	18
Fransa	6	6	20	9	6	58	2	1	4	21
Hindistan	7	7	5	20	7	145	12	32	8	37
Kanada	8	9	14	13	17	171	128	20	7	6
İtalya	9	8	186	8	15	37	5	6	10	15
Güney Kore	10	10	26	7	16	184	13	33	13	31
İspanya	11	14	27	18	14	53	128	4	11	12
Avustralya	12	13	16	21	25	16	7	46	11	8
Hollanda	13	17	201	5	9	96	128	28	13	9
Rusya	14	11	25	16	26	188	22	25	18	51
İsviçre	15	18	200	17	12	11	19	43	9	2
Brezilya	16	12	12	25	33	157	42	64	16	34
Endonezya	17	16	19	30	46	142	21	35	23	33
BAE	18	28	17	33	23	110	10	26	18	32
İrlanda	19	27	9	27	5	127	25	45	31	10
S. Arabistan	20	20	37	28	53	189	20	27	18	52
Meksika	21	15	10	11	42	135	14	5	16	40
Polonya	22	21	24	22	20	46	23	7	31	26
İsveç	23	22	11	32	19	72	128	57	15	1
Belçika	24	23	29	10	11	83	30	48	31	14
Norveç	25	32	194	38	28	208	38	67	22	3
Avusturya	26	26	199	31	21	50	15	21	23	13
Singapur	27	36	4	14	8	177	128	30	18	17
Tayland	28	24	198	24	30	90	3	14	23	23
Malezya	29	37	49	23	39	155	18	24	23	27
Türkiye	30	19	31	29	29	174	8	12	31	44
Filipinler	31	33	33	42	31	130	29	54	31	35
Danimarka	32	34	77	35	18	45	128	19	23	7
Vietnam	33	41	22	19	41	120	28	31	23	30
Çekya	34	46	35	26	35	35	36	17	31	20
Bangladeş	35	38	55	50	68	100	113	154	31	47
Finlandiya	36	42	54	41	32	113	43	86	23	4
İsrail	37	29	13	47	24	168	35	72	31	42
İran	38	50	74	81	74	129	128	49	31	54
Şili	39	44	30	40	67	44	57	68	31	28
Nijerya	40	25	59	56	78	200	81	183	31	50
Katar	41	56	195	46	40	209	24	98	23	41
Kolombiya	42	40	32	60	70	187	40	75	31	48
Portekiz	43	47	34	44	37	71	16	34	31	16
Kazakistan	44	52	44	49	71	162	62	51	31	55
Arjantin	45	30	40	45	56	176	44	59	31	29
Yeni Zelanda	46	48	38	54	50	82	128	81	31	5
Güney Afrika	47	39	51	37	62	79	33	36	31	38
Pakistan	48	43	62	65	69	206	91	183	31	53
Romanya	49	45	61	39	34	40	49	40	31	43
Macaristan	50	55	39	34	38	47	31	8	31	55

EK-2 Seçilen 50 Ülkenin Belirlenen Boyutlarda Endeks Değerleri

ÜLKELER	NB	GDP	FDI	EXP-P	EXP-S	EXPUV	ITR	ITNOA	GB-500	RC
ABD	0,00	0,00	0,00	1,25	0,00	70,71	0,00	0,55	0,00	64,81
Çin	2,04	1,82	0,50	0,00	3,90	75,76	100,00	1,10	3,33	81,48
Japonya	4,08	3,64	11,00	3,75	11,69	58,08	3,94	11,54	6,67	18,52
Almanya	6,12	5,45	3,50	2,50	2,60	15,66	2,36	7,69	13,33	33,33
Birleşik Krallık	8,16	7,27	8,50	13,75	1,30	88,38	100,00	6,59	13,33	31,48
Fransa	10,20	9,09	9,50	10,00	6,49	23,74	0,79	0,00	10,00	37,04
Hindistan	12,24	10,91	2,00	23,75	7,79	67,68	8,66	17,03	23,33	66,67
Kanada	14,29	14,55	6,50	15,00	20,78	80,81	100,00	10,44	20,00	9,26
İtalya	16,33	12,73	92,50	8,75	18,18	13,13	3,15	2,75	30,00	25,93
Güney Kore	18,37	16,36	12,50	7,50	19,48	87,37	9,45	17,58	40,00	55,56
İspanya	20,41	23,64	13,00	21,25	16,88	21,21	100,00	1,65	33,33	20,37
Avustralya	22,45	21,82	7,50	25,00	31,17	2,53	4,72	24,73	33,33	12,96
Hollanda	24,49	29,09	100,00	5,00	10,39	42,93	100,00	14,84	40,00	14,81
Rusya	26,53	18,18	12,00	18,75	32,47	89,39	16,54	13,19	56,67	92,59
İsviçre	28,57	30,91	99,50	20,00	14,29	0,00	14,17	23,08	26,67	1,85
Brezilya	30,61	20,00	5,50	30,00	41,56	73,74	32,28	34,62	50,00	61,11
Endonezya	32,65	27,27	9,00	36,25	58,44	66,16	15,75	18,68	73,33	59,26
BAE	34,69	49,09	8,00	40,00	28,57	50,00	7,09	13,74	56,67	57,41
İrlanda	36,73	47,27	4,00	32,50	5,19	58,59	18,90	24,18	100,00	16,67
S. Arabistan	38,78	34,55	18,00	33,75	67,53	89,90	14,96	14,29	56,67	94,44
Meksika	40,82	25,45	4,50	12,50	53,25	62,63	10,24	2,20	50,00	72,22
Polonya	42,86	36,36	11,50	26,25	24,68	17,68	17,32	3,30	100,00	46,30
İsveç	44,90	38,18	5,00	38,75	23,38	30,81	100,00	30,77	46,67	0,00
Belçika	46,94	40,00	14,00	11,25	12,99	36,36	22,83	25,82	100,00	24,07
Norveç	48,98	56,36	96,50	46,25	35,06	99,49	29,13	36,26	70,00	3,70
Avusturya	51,02	45,45	99,00	37,50	25,97	19,70	11,02	10,99	73,33	22,22
Singapur	53,06	63,64	1,50	16,25	9,09	83,84	100,00	15,93	56,67	29,63
Tayland	55,10	41,82	98,50	28,75	37,66	39,90	1,57	7,14	73,33	40,74
Malezya	57,14	65,45	24,00	27,50	49,35	72,73	13,39	12,64	73,33	48,15
Türkiye	59,18	32,73	15,00	35,00	36,36	82,32	5,51	6,04	100,00	79,63
Filipinler	61,22	58,18	16,00	51,25	38,96	60,10	22,05	29,12	100,00	62,96
Danimarka	63,27	60,00	38,00	42,50	22,08	17,17	100,00	9,89	73,33	11,11
Vietnam	65,31	72,73	10,50	22,50	51,95	55,05	21,26	16,48	73,33	53,70
Çekya	67,35	81,82	17,00	31,25	44,16	12,12	27,56	8,79	100,00	35,19
Bangladeş	69,39	67,27	27,00	61,25	87,01	44,95	88,19	84,07	100,00	85,19
Finlandiya	71,43	74,55	26,50	50,00	40,26	51,52	33,07	46,70	73,33	5,56
İsrail	73,47	50,91	6,00	57,50	29,87	79,29	26,77	39,01	100,00	75,93
İran	75,51	89,09	36,50	100,00	94,81	59,60	100,00	26,37	100,00	98,15
Şili	77,55	78,18	14,50	48,75	85,71	16,67	44,09	36,81	100,00	50,00
Nijerya	79,59	43,64	29,00	68,75	100,00	95,45	62,99	100,00	100,00	90,74
Katar	81,63	100,00	97,00	56,25	50,65	100,00	18,11	53,30	73,33	74,07
Kolombiya	83,67	70,91	15,50	73,75	89,61	88,89	30,71	40,66	100,00	87,04
Portekiz	85,71	83,64	16,50	53,75	46,75	30,30	11,81	18,13	100,00	27,78
Kazakistan	87,76	92,73	21,50	60,00	90,91	76,26	48,03	27,47	100,00	100,00
Arjantin	89,80	52,73	19,50	55,00	71,43	83,33	33,86	31,87	100,00	51,85
Yeni Zelanda	91,84	85,45	18,50	66,25	63,64	35,86	100,00	43,96	100,00	7,41
Güney Afrika	93,88	69,09	25,00	45,00	79,22	34,34	25,20	19,23	100,00	68,52
Pakistan	95,92	76,36	30,50	80,00	88,31	98,48	70,87	100,00	100,00	96,30
Romanya	97,96	80,00	30,00	47,50	42,86	14,65	37,80	21,43	100,00	77,78
Macaristan	100,00	98,18	19,00	41,25	48,05	18,18	23,62	3,85	100,00	100,00

EK-3 Oluşturulan Yeni Sıralama ve Brand Finance Nation Brand 2020 Sıralamaları 50 Ülke Karşılaştırma Tablosu

SIRA	Brand Finance 2020	Oluşturulan Yeni Endeks Sıralaması	DEĞİŞİM	
1	ABD	Almanya	3	↑
2	Çin	Fransa	4	↑
3	Japonya	Japonya	0	—
4	Almanya	ABD	-3	↓
5	Birleşik Krallık	Avustralya	7	↑
6	Fransa	İtalya	3	↑
7	Hindistan	Hindistan	0	—
8	Kanada	İsviçre	7	↑
9	İtalya	İspanya	2	↑
10	Güney Kore	Güney Kore	0	—
11	İspanya	Çin	-9	↓
12	Avustralya	Birleşik Krallık	-7	↓
13	Hollanda	Kanada	-5	↓
14	Rusya	Polonya	8	↑
15	İsviçre	Belçika	9	↑
16	Brezilya	Meksika	5	↑
17	Endonezya	İrlanda	2	↑
18	BAE	BAE	0	—
19	İrlanda	İsveç	4	↑
20	Suudi Arabistan	Avusturya	6	↑
21	Meksika	Brezilya	-5	↓
22	Polonya	Rusya	-8	↓
23	İsveç	Hollanda	-10	↓
24	Belçika	Çekya	10	↑
25	Norveç	Endonezya	-8	↓
26	Avusturya	Tayland	2	↑
27	Singapur	Danimarka	5	↑
28	Tayland	Singapur	-1	↓
29	Malezya	Vietnam	4	↑
30	Türkiye	Malezya	-1	↓
31	Filipinler	Portekiz	12	↑
32	Danimarka	Türkiye	-2	↓
33	Vietnam	Finlandiya	3	↑
34	Çekya	Suudi Arabistan	-14	↓
35	Bangladeş	Filipinler	-4	↓
36	Finlandiya	Romanya	13	↑
37	İsrail	Macaristan	13	↑
38	İran	İsrail	-1	↓
39	Şili	Güney Afrika	8	↑
40	Nijerya	Norveç	-15	↓
41	Katar	Şili	-2	↓
42	Kolombiya	Arjantin	3	↑
43	Portekiz	Yeni Zelanda	3	↑
44	Kazakistan	Kolombiya	-2	↓
45	Arjantin	Kazakistan	-1	↓
46	Yeni Zelanda	Katar	-5	↓
47	Güney Afrika	Bangladeş	-12	↓
48	Pakistan	Nijerya	-8	↓
49	Romanya	İran	-11	↓
50	Macaristan	Pakistan	-2	↓

Geliş Tarihi:

11.04.2022

Kabul Tarihi:

16.10.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Töre, E., & Yayla, A.R. (2022). Okul psikolojik danışmanlarının 2023 eğitim vizyonunda rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanına ilişkin görüşlerinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1137-1172. doi: 10.46928/iticusbe.1101312

OKUL PSİKOLOJİK DANIŞMANLARININ 2023 EĞİTİM VİZYONUNDA REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK ALANINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ¹


Araştırma

Esra Töre 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

esra.tore@izu.edu.tr

Ayşe Rukiye Yayla 

Milli Eğitim Bakanlığı

ayseryayla@gmail.com

Doç.Dr. Esra Töre, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü öğretim üyesidir. Eğitim yönetimi, örgütsel davranış, kariyer psikolojik danışmanlığı ve öğretmen yetiştirme alanlarında dersler vermektedir.

Ayşe Rukiye Yayla, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda din kültürü ve ahlak bilgisi dersi öğretmeni olarak çalışmaktadır.

¹ Bu çalışma, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, SBE, Eğitim Bilimleri ABD’nde Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı Programında Ayşe Rukiye Yayla tarafından Doç.Dr. Esra Töre danışmanlığında yapılan yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

OKUL PSİKOLOJİK DANIŞMANLARININ 2023 EĞİTİM VİZYONUNDA REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK ALANINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Esra Töre
esra.tore@izu.edu.tr
Ayşe Rukiye Yayla
ayseryayla@gmail.com

Özet

Amaç: Bu araştırmanın amacı okul psikolojik danışmanlarının, “2023 Eğitim Vizyon Belgesi” ve içinde yer alan rehberlik ve psikolojik danışma alan politikaları hakkındaki görüşlerinin incelenmesidir.

Yöntem: Araştırmada nitel araştırma modelinin olgubilim/fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında İstanbul ilinin Ataşehir, Ümraniye, Üsküdar, Sancaktepe, Sarıyer ve Başakşehir ilçelerinde Millî Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda görev yapmakta olan ve farklı görev sürelerine sahip 12 okul psikolojik danışmanı oluşturmaktadır. Yapılan görüşmeler kayıt altına alınmış ve içerik analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular belirlenen amaçlar doğrultusunda analiz edilmiştir. Açık kodlama ile belirlenen kodlar bir araya getirilerek alt temalar elde edilmiştir. Daha sonra elde edilen alt temaların gruplandırılması ile üst düzey soyutlama gerçekleştirilmiş ve ana eksen kodlar geliştirilmiştir. Eksen kodlar içinden merkezî ağırlığı bulunan temel kod etrafında ilgili alt kategorilerin bir araya getirilmesi ile oluşturulan seçici kodlama yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda 2023 Eğitim Vizyonu kavramı etrafında 15 alt tema belirlenmiştir.

Bulgular: 2023 Eğitim Vizyonu kavramı etrafında “vizyon, rehberlik, rehber öğretmen, ölçme araçları, mesleki ve teknik rehberlik, uygulanabilirlik, PDR hizmeti, RAM, mesleki gelişim, sınıf rehber öğretmenliği, YÖK işbirliği, özel yetenek, toplum hizmeti, kaynaştırma ve kaynaştırma modeli” alt temaları oluşturulmuştur. Araştırma verilerinden okul psikolojik danışmanlarının vizyon belgesini olumlu değerlendirdiği, vizyon belgesinin uygulanabilirliğine ilişkin bazı tereddütlerinin bulunduğu, bu tereddütleri gidermenin yolu olarak ise uygulanan her aşamadan sonra raporlamanın yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Özgünlük: Okullarda görev yapan psikolojik danışmanların 2023 Eğitim Vizyonu rehberlik ve psikolojik danışmanlık politikalarının işlevselliği ve niteliği ile ilgili görüşlerinin eğitimdeki işbirliğinin önemli bir parçası olduğu bir düşünülmektedir. Bu araştırma eğitimde ulaşılmak istenen hedeflerin rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanında gerçekleştirilmesinin ne kadar mümkün olduğunun ortaya konması açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: 2023 Eğitim Vizyonu, Okul Psikolojik Danışmanı, Okul Rehberlik Hizmetleri

JEL Sınıflandırması: I29

EXAMINING OF OPINIONS OF SCHOOL PSYCHOLOGICAL COUNSELORS ABOUT THE 2023 EDUCATIONAL VISION IN THE FIELD OF GUIDANCE AND PSYCHOLOGICAL COUNSELING

Abstract

Purpose: This research aims to examine the opinions of school counselors about the "2023 Education Vision Document" and the policies in the field of guidance and counseling.

Method: The phenomenology pattern of the qualitative research model was used in the research. The study group of the research consists of 12 school counselors who work in schools affiliated with the Ministry of National Education in Ataşehir, Ümraniye, Üsküdar, Sancaktepe, Sarıyer, and Başakşehir districts of Istanbul in the 2020-2021 academic year and have different terms of duty. The interviews were recorded, and content analysis was made. The findings were analyzed in line with the determined purposes. Sub-themes were obtained by bringing together the codes determined by open coding. Then, by grouping the sub-themes obtained, high-level abstraction was realized, and the central axis codes were developed. Selective coding was made by combining the relevant sub-categories around the basic code with central weight among the axis codes. As a result of the interviews, 15 sub-themes were determined around the concept of the 2023 Education Vision.

Findings: It is thought that the opinions of the psychological counselors working in schools about the functionality and quality of the 2023 Education Vision guidance and psychological counseling policies are an essential part of the cooperation in education. This research is important in revealing how possible it is to achieve the goals desired to be achieved in education in the field of guidance and psychological counseling.

Originality: It is thought that the opinions of the psychological counselors working in schools about the functionality and quality of the 2023 Education Vision guidance and psychological counseling policies are an important part of the cooperation in education. This research is important in terms of revealing how possible it is to achieve the goals desired to be achieved in education in the field of guidance and psychological counseling.

Keywords: 2023 Education Vision, School Psychological Counselor, School Guidance Services

JEL Classification: I29

GİRİŞ

Bir kurumun vizyonunun olması çalışan bireylerin rutin işlerini yerine getirirken kurumun lehine olanı anlaması ve buna katkıda bulunması anlamına gelir. Vizyon o kurumun çalışanlarınca ne kadar kabul görüp paylaşırsa o derece güçlü olur. Yani kurum için ortaya konulan gelecek resminin kurumdaki paydaşlarca kabul görmesinin çokluğu paylaşılmış vizyonun da o derecede güçlü olduğunu gösterir (Ertürk, 2020). Eğitim politikasının belirlenebilmesi vizyona, vizyonun paylaşılmasına ve destek görmesine bağlıdır (Mingat, Tan ve Sosale, 2003). Bu açıdan bakıldığında Türk eğitim sistemi politikasının belirlenmesi bir vizyon ortaya konulmasına ve paydaşlarca desteklenmesine ihtiyaç duyar.

Türkiye’de son yıllarda eğitim alanında birçok yenilik yapılmıştır. Yapılan yenilik ve gelişmelerden en başta geleni ve en kapsamlısı “2023 Eğitim Vizyonu” adını taşıyan hedeflerin duyurulması olmuştur (Duran ve Kurt, 2019). Eğitime dair ortaya çıkan temel problemlerin çözüme kavuşturulmasına yönelik yeni bir politika belgesi olma özelliği taşıyan 2023 Eğitim Vizyonu; hangi limana ulaşılacağını işaret ederken nasıl ulaşılacağını da kapsamını çizmektedir. 2023’e uzanan bu belge eğitim sistemi için ortaya koyduğu temel vizyon, vizyonun felsefi temelleri, ana hedefler ve stratejileri ile bir rota niteliğindedir (Uluğ, 2018). Eğitimdeki niteliği artırma yönünde farklı bir girişim olma özelliği ile 2023 Eğitim Vizyonu; eğitimdeki sorunlara değinerek ileriye yönelik çözüm ve hamleleri ile üyelerinin aynı yöne bakmasını sağlayan, motive eden bir yol haritası çizmiş ve tüm bunları bir takvime bağlamıştır. Kamuoyuyla paylaşıldığı günden itibaren başta eğitimciler olmak üzere toplumun genelinin dikkatini çekmiş, heyecan uyandırmış ve tartışmalara olanak sağlamıştır (Uyan, 2018; Ülgen ve Mirze, 2010).

Okullardaki rehberlik ve psikolojik danışma hizmetlerinin yürütülmesi noktasında önemli görev ve sorumluluklar okul psikolojik danışmanlarına düşmektedir. Bunun yanında hizmet verdikleri eğitim kurumlarında ortaya çıkan çeşitli sorunlarla başa çıkması da yine okul psikolojik danışmanlarından beklenmektedir (Tagay ve Çakar, 2017: 1168). Öğrencilerin tümü için kendilerini gerçekleştirme yardım edebilmeyi amaçlayan ve bu amaçla öğrencilerin gelişim ihtiyaçları doğrultusunda hazırlanmış ve programlanmış muhtelif türde hizmetler veren okul psikolojik danışmanları, ilkokuldan üniversiteye kadar eğitimin her bir basamağının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Yerin-Güneri, Büyükgöze-Kavas ve Koydemir, 2007).

2023 Eğitim Vizyonu’nda bireyin kendini bilmesinin ve tanınmasının üzerinde durulmuş, mizaç ve yetenek merkezli tanıma yaklaşımının, eğitim sisteminde her bir ferdin gelişimi noktasında kritik öneme sahip olduğu vurgulanmıştır. Bireyin kendini tanınması ve tanınmanın peşinden gelen izleme süreci, onun eğitim hayatında bireyselleştirilmiş bir yol haritasına sahip olması demektir. Bu açıdan öğretmenlere yeni rol ve görevlerin yüklendiği görülmektedir (Özmen, 2019). Okul psikolojik danışmanları, gelişimleri yönünde öğrencilere yardım eden, öğrencilerin eğitimde eşit imkânlarla erişebilmeleri, kendilerine uygun meslekleri seçerek demokratik bir toplumda bütünüyle aktif rol alan

üyeler olarak gelişmeleri için öğrenci, ebeveyn ve öğretmenlere hizmet sunan uzmanlar (Ültanır,2000) olarak bu yeni rol ve görevlerle yakından ilgilidirler.

2023 Eğitim Vizyonu takviminde yer alan nitelikli ve kapsayıcı eğitimde 3 yıllık somut hedeflerle “Mutlu Çocuklar Güçlü Türkiye” profilinin amaçlanması eğitim alanında rehberlik ve psikolojik danışma hizmetlerinin daha da önem kazanmasına işaret etmektedir. Ayrıca vizyon belgesinin tamamı incelendiğinde pozitif psikolojiye atıflar yapıldığı görülmektedir. Rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleriyle ilgili amaç ve hedefler ayrı bir başlık olarak belirtilmiştir (Demirci, 2019; 2023 Eğitim Vizyonu, 2018). 2023 Eğitim Vizyonu’nda rehberlik ve psikolojik danışma hedeflerinin amacı; çocukların ilgi ve yeteneklerine göre eğitim almalarına olanak sağlayacak sistemin oluşturulması için yapılan çalışmalarda erken çocukluktan ortaöğretimin sonuna kadar işlevsel bir rehberlik ve psikolojik danışma yapılanmasının kurulmasıdır. Rehber öğretmenlerin çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve diğer eğitim çalışanlarıyla bütünleşik roller almaları da bu başlıkta yer alan amaçlardandır. Rehberlik hizmetlerinin ihtiyaçlara yönelik olarak yapılandırılması hedefinde aşağıdaki uygulamalara yer verilmiştir (2023 Eğitim Vizyonu, 2018:51-54):

- Kariyer rehberliği sistemi yeniden yapılandırılarak; tüm öğretim kademeleri düzeyinde her öğrencinin kendini tanıyarak kariyer profili oluşturması, meslek tanıma kaynaklarını öğrenmesi ve kariyer gelişim dosyası ile öğrenci e-portfolyosunun ilişkilendirilmesi sağlanacaktır. Rehberlik sonucunda elde edilen verilerle bilimsel yöntemler kullanılarak öğrenciye kariyer yönlendirilmesi yapılacaktır.
- Göç vb. durumlardan dolayı ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanması için rehber öğretmenlere yeni rol, görev ve fonksiyon yapısı oluşturulacaktır. Ayrıca rehber öğretmenlerin mesleki gelişimleri ulusal ve uluslararası düzeyde eğitimlerle desteklenecektir.
- Yetenek, ilgi, meslek değerleri vb. özelliklerin ölçülmesine yönelik yeni araçlar geliştirilecek ve bu adımda milli kültür göz önünde bulundurulacaktır.
- PDR hizmetleri ile ilgili mevzuat altyapısı ve RAM’ların yapısı ile sunduğu hizmetler tekrardan yapılandırılacaktır.
- Sınıf öğretmenlerinin rehberlik becerilerinin artırılması amacıyla sertifika eğitimleri düzenlenecektir.
- Okullarda RPD alanında nitelikli uzman personel yetiştirilmesi noktasında Yükseköğretim Kurulu ile iş birliğine gidilecektir

Okullarda görev yapan psikolojik danışmanlarının 2023 Eğitim Vizyonu rehberlik ve psikolojik danışmanlık politikalarının işlevselliği ve niteliği ile ilgili görüşlerinin eğitimdeki işbirliğinin önemli bir parçası olduğu bir düşünülmektedir. Okul psikolojik danışmanlarının çeşitli alanlardaki

özelliklerinin değerlendirildiği çalışmalara alanyazında yer verildiği görülürken (Işık Tokmak, 2019; Doğan, 2020; Koçoğlu, 2019; Bozkur, 2019; Çokamay, Kapçı ve Sever, 2017; Uzbaş, 2009; Öz Soysal, Uz Baş ve Aysan, 2016); 2023 Eğitim Vizyonu'na ilişkin görüşlerinin incelendiği çalışmaların oldukça az olduğu görülmüştür (Boncuk, 2020; Solak, 2019; Baltacı ve Coşkun, 2019). Bu araştırma eğitimde ulaşılmak istenen hedeflerin rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanında gerçekleştirilmesinin ne kadar mümkün olduğunun ortaya konması açısından önemlidir. Okul psikolojik danışmanlarının 2023 Eğitim Vizyonu'nda ifade edilen rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanına ilişkin algıları ile takvim sürecinde hedeflerin gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceğine, vizyon belgesi ile ilgili eğitime katılıp katılmadıklarına ilişkin durumları ortaya çıkarılarak elde edilen bulgular çerçevesinde öneriler geliştirilmiştir. Araştırma sonucunda geliştirilen önerilerin hem vizyonun amacının gerçekleşmesi yönünde olumlu katkı sağlaması hem de uygulayıcılara farklı bakış açıları kazandırması hedeflenmektedir. Ayrıca 2023 Eğitim Vizyonu ile ilgili yapılacak diğer çalışmalar için de olumlu katkıları sağlaması düşünülmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada okul psikolojik danışmanlarının 2023 Eğitim Vizyonu'nda rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanına ilişkin görüşlerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaca yönelik çalışmada nitel araştırma modelinin olgubilim/fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma; veri toplama aşamasında gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel tekniklerin kullanıldığı, doğal ortam içerisinde algı ve olayların bütüncül ve gerçekçi şekilde ortaya konmasına yönelik nitel sürecin takip edildiği çalışmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:41). Bir araştırma bir ya da birden çok kişinin deneyimlerine yönelik hikayeleri raporlarken, fenomenolojik araştırma birden fazla kişinin bir fenomen ya da kavramla ilgili yaşanan tecrübelerinin ortak anlamı olarak tanımlanmaktadır (Czarniawska, 2004; akt. Creswell, 2013).

Çalışma Gurubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılı İstanbul ili Ataşehir, Ümraniye, Üsküdar, Sancaktepe, Sarıyer ve Başakşehir ilçelerinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı devlet okulları ve özel okullarda görev yapmakta olan ve farklı görev sürelerine sahip 12 okul psikolojik danışmanı oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubu nitel araştırmalarda kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme; derinlemesine araştırma yapabilmek amacıyla çalışmanın amacı bağlamında bilgi açısından zengin durumların seçilmesidir (Büyüköztürk, 2012). Çalışma grubuna ait demografik özellikler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Çalışma grubuna ait demografik özellikler

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Kıdem Yılı	Çalışılan Kurum Türü	Eğitim Düzeyi	2023 Eğitim Vizyonu İle İlgili Herhangi Bir Toplantıya Katılım Durumu
PD1	Erkek	0-5 Yıl	Ortaokul	Lisans	Katılmadım
PD2	Erkek	0-5	Ortaokul	Lisans	Katılmadım
PD3	Kadın	6-10	RAM	Yüksek Lisans	Katılmadım
PD4	Kadın	0-5	İlkokul	Yüksek Lisans	Katıldım
PD5	Erkek	6-10	RAM	RAM	Katıldım
PD6	Erkek	20 +	Lise	Yüksek Lisans	Katıldım
PD7	Kadın	6-10	İlkokul	Yüksek Lisans	Katılmadım
PD8	Kadın	6-10	Lise	Yüksek Lisans	Katılmadım
PD9	Kadın	16-20	Ortaokul	Yüksek Lisans	Katıldım
PD10	Erkek	6-10	Lise	Yüksek Lisans	Katılmadım
PD11	Kadın	11-15	Lise	Lisans	Katıldım
PD12	Kadın	6-10	Ortaokul	Yüksek Lisans	Katıldım

Verilerin Toplanması

Yapılan görüşmelerde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, araştırmacı sormayı planladığı sorular için önceden bir hazırlık yapar. Bunun yanında araştırmacı görüşmenin seyrine göre farklı alt sorularla akışı etkileyerek kişinin yanıtlarını ayarlatılmasını isteyebilir. Ya da araştırmacı belli soruların cevaplarını başka soruların cevaplarının içinde almışsa soruları tekrar sormayabilir. Bu yöntem sahip olduğu belli düzeyde standartlık ve esneklik nedeniyle eğitimbilim araştırmalarında kullanılmaya uygun bir tekniktir (Türnüklü, 2000). Görüşme formları hazırlanırken araştırmanın problemi, alan yazın incelemesi göz önünde bulundurulmuş ve alınan uzman görüşleri doğrultusunda düzenleme ve değişiklikler yapılmış ve yapılacak görüşmeler için son halini almıştır. İki bölümden oluşan görüşme formlarında ilk bölüm görüşülen kişilerin demografik bilgilerine yönelik sorulardan oluşurken, ikinci bölüm kaynak konumundaki kişilerin 2023 Eğitim Vizyonu'nda rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanına ilişkin görüşlerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Öncelikli olarak araştırmanın yapılması için gerekli olan tüm belgeler toplanarak yasal izinleri alınmıştır. Etik kurul için İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi'nden 15.06.2021-E.8057 ve sayısı ile alınmıştır. Ayrıca MEB'den görüşme izinleri alınmıştır. Görüşmenin çalışma grubu için seçilen okul psikolojik danışmanları telefon ile aranarak uygunluklarına göre görüşme saatleri ve yerleri ayarlanmıştır. Görüşmede 6 ana soru ve 2 alt sorudan oluşan toplam 10 soru yöneltilmiştir. Rıza gösteren katılımcıların sesleri kaydedilmiş ve daha sonra yazıya aktarılmıştır. Kayıt için rıza göstermeyen katılımcıların görüşleri ise not alınarak yazıya aktarılmıştır. Görüşme süreleri 40 ile 50 dakika arasında değişiklik göstermiştir.

Verilerin Analizi

Yapılan görüşmeler kayıt altına alınmış ve içerik analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular belirlenen amaçlar doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu çalışmada iç güvenilirlik ve dış güvenilirlik analizleri ile güvenilirlik sağlanmaya çalışılmıştır. Nitel çalışmalarda tutarlılık incelemesinin yapılması güvenilirliğin sağlanabilmesi için önerilmektedir (Neuman, 2007; Erlandson, Harris, Skipper ve Allen, 1993). Bu bağlamda, yapılan çalışmada iç güvenilirliği sağlamak amacıyla görüşmeler kayıt altına alınmış, görüşülen her bir kişiye aynı soruların aynı sözcüklerle aynı biçimde sorulmasına gayret edilmiş ve araştırma konusunun mümkün olduğunca dışına çıkılmamasına dikkat edilmiştir. Ulaşılan yargılar ve yorumlar için danışmanın görüşlerine başvurularak çalışmanın dış güvenilirliği sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca görüşme formunda yer alan sorular, danışman tarafından değerlendirilmiş ve teyit edilmiştir.

Nitel araştırmalarda geçerlilik, araştırılan olgunun araştırmacı yönünden tarafsız bir şekilde gözlenmesi anlamına gelmektedir (Patton, 2002). Bu çalışmanın örneklemini oluşturan 12 kişinin %7'si olan 1 (0,84) kişi saptanarak araştırma raporu bu 1 kişiye gönderilmiştir. Elde edilen veriler ve bunlardan çıkarılabilecek olası anlamlara yönelik bir değerlendirme yapması istenmiştir. Katılımcının yaptığı değerlendirme sonuçları ile araştırmacı tarafından yapılan analiz bulguları arasında ortak bir noktaya ulaşıldığı saptanmış böylece çalışmanın iç geçerliliği sağlanmıştır. Bu çalışmada dış geçerliliği sağlamak için; ham verilere sadık kalınarak temalara göre verilerin tekrardan düzenlenmesi şeklinde ifade edilen "ayrıntılı betimleme" yöntemi ve "amaçlı örnekleme (yargısal örnekleme)" yöntemi kullanılmıştır (Erlandson, Harris, Skipper ve Allen, 1993). Buna göre yapılan çalışmada da ham verilere dokunulmadan doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Çalışmanın örnekleminin genellemeye izin verebilecek ölçüde çeşitlendirilmesine gayret edilmiştir. Bu nedenle, örneklemin içinde 2023 Eğitim Vizyonu'na ait okul psikolojik danışmanlarının görüşleri yer almaktadır.

BULGULAR

Araştırmanın bu basamağında, 12 okul psikolojik danışmanının 2023 Eğitim Vizyonu'nda rehberlik ve psikolojik danışma alanına ilişkin görüşlerinin 6 temel soru 14 alt soru kapsamında ifade edilmesi sonucunda elde edilen verilere yer verilmiştir. Açık kodlamada elde edilen kodlar bir araya getirilerek

alt temalar elde edilmiştir. Açık kodlamada elde edilen kodlar bir araya getirilerek alt temalar elde edilmiştir. Açık kodlamada elde edilen alt temalar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Açık kodlamada elde edilen alt temalar

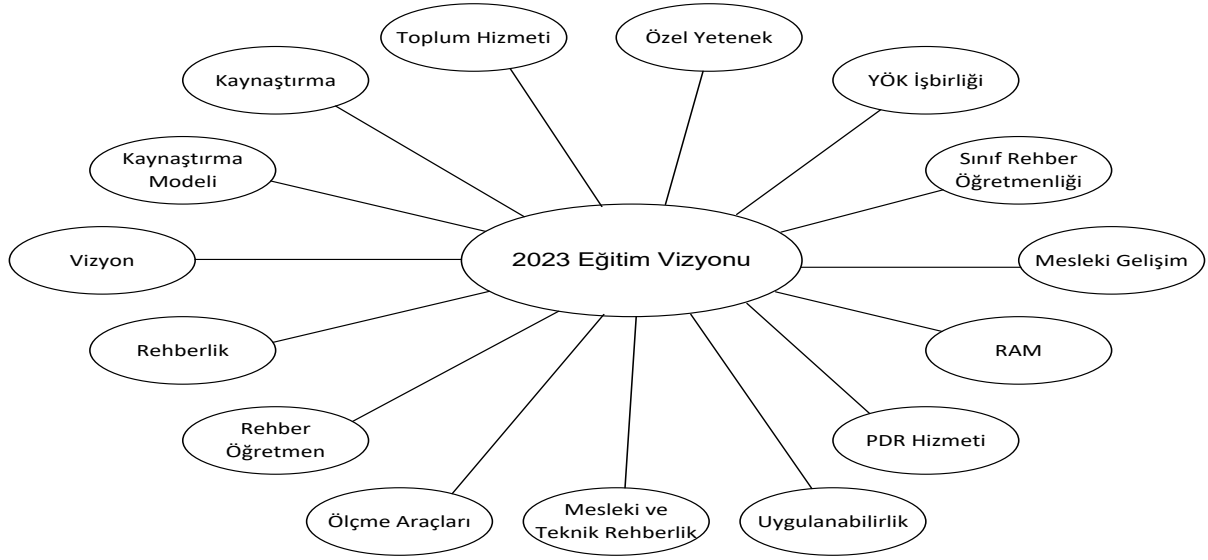
No	Alt Temalar	No	Alt Temalar
1	Öğrenci Merkezli	33	Sertifika Tedirginliği
2	Öğretmenin Rolü	34	Sınıf Öğretmeni
3	Yenilik	35	Eğitim İçeriği
4	Uygulanamaz	36	Nitelik
5	Uygulanabilir	37	Yenileşme
6	E-Portfolyo	38	Anlamadım
7	Kariyer Rehberliği	39	İşbirliği
8	Veri	40	Uygun
9	Yönlendirme	41	İşbirliği
10	Sistem	42	Anlamadım
11	Çekinceler/Olumsuz Bakış	43	Var olan
12	Oryantasyon	44	Uygun
13	Travmatik Yaşam	45	STK İşbirliği
14	Psiko-Sosyal	46	Anlamadım
15	Göç Sorunsalı	47	Var olan
16	Görev ve Sorumluluk	48	Geliştirilebilir
17	Kültürel Uyum	49	Bilim ve Değerlendirme Kurulu
18	Ölçme Araç-Geliştirme	50	Ölçek Geliştirme
19	Farklı Kültür Ölçme Aracı	51	Kültürel Uyum
20	Mevzuat Yapılandırılması	52	Var olan
21	PDR Algısı	53	İyileştirme
22	PDR Önemi	54	Eğitim Desteği
23	Personel Eksikliği	55	Tanılama/Yönlendirme
24	Tanılama İşlemi	56	E-Portfolyo Uygulaması
25	Eğitim Düzenleme	57	Genel Beceri Test Seti
26	Bölgesel Farklılık	58	Yönlendirme ve Rehberlik Dijital Platformu
27	Bütçe Yetersizliği	59	Meslek Eğitimi
28	Sertifika Durumu	60	Kariyer Uzmanlığı
29	Destekleyici Eğitimler	61	Uygulanamaz
30	Gelişme ve Yenileşme	62	Uygulanabilir
31	Yetersizlikler	63	Kısmen
32	PDR Nitelikleri		

Çalışmada, aşağıdaki Tablo 3’te sunulduğu üzere 15 ana tema geliştirilmiştir.

Tablo 3. Eksen kodlamada elde edilen ana temalar

No	Ana temalar	No	Ana temalar	No	Ana temalar
1	Vizyon	6	RAM	11	Kaynaştırma
2	Rehberlik	7	Mesleki Gelişim	12	Kaynaştırma Modeli
3	Rehber Öğretmen	8	Sınıf Rehber Öğretmenliği	13	Özel Yetenek
4	Ölçme Araçları	9	YÖK İşbirliği	14	Mesleki ve Teknik Rehberlik
5	PDR Hizmeti	10	Toplum Hizmeti	15	Uygulanabilirlik

Tablo 3'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan psikolojik danışmanların görüş ve düşüncelerinin analizleri yapılmış ve elde edilen alt temalar (15 adet) ve ana tema (1 adet) tespit edilen merkezi kategori etrafında bütünleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemiyle oluşturulan merkezi temaya yer temelli *2023 Eğitim Vizyonu* kavramı teknik bir terim olarak tanımlanmıştır.



Şekil 1. Seçici Kodlama İle Oluşturulan Merkezi Tema: 2023 Eğitim Vizyonu

Vizyon Teması

Vizyon teması içerisinde “Öğrenci Merkezli”, “Öğretmenin Rolü”, “Yenilik”, “Uygulanamaz” ve “Uygulanabilir” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 4. Vizyon Teması ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Vizyon	Öğrenci Merkezli	Öğrenciye yönelik	2	PD2, PD6
		Öğrencinin aşamalarındaki gelişimini planlayan	2	PD5, PD7
		Öğrenci merkezli olması	1	PD12
	Öğretmenin Rolü	Öğretmenin rolü	2	PD5, PD7
		Öğretmen eğitimleri	1	PD11
	Yenilik	Yenilik	3	PD1, PD2, PD3, PD7, PD9, PD10

	Yeni bir soluk getirecek	4	PD6, PD4, PD5, PD,8
Uygulanamaz	Uygulanması zayıf	2	PD1, PD7
	Uygulanabilir mi tartışmalı	2	PD4, PD7
Uygulanabilir	Hedeflerin yerinde	3	PD6, PD4, PD5
	Modern eğitim yaklaşımı	2	PD6, PD7

Katılımcılar 2023 Eğitim Vizyonu kapsamında araştırma konusu ile ilgili olarak “2023 Eğitim Vizyonu size ne ifade etmektedir?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır:

“Özel okullarda birçok madde yapılıyor aslında. İçindeki maddelerin çok iyi maddeler olduğuna inanıyorum. Uygulandığında eğitim seviyemizi ileri götüreceğine inanıyorum. İçeriğine baktığımda çok umutsuz değilim. Ama uygulanabilir mi tartışma konusu. Gelişmeye açık olarak görüyorum. (PD4, Yenilik, Uygulanamaz ve Uygulanabilir Alt Temaları)

“Benim için 2023 Eğitim Vizyonu; güçlü, sağlıklı, geleceğin mimari olacak genç beyinler, sağlıklı mutlu çocuklar, ergenler ve güçlü Türkiye’yi ifade ediyor. (PD9, Yenilik Alt Teması)

Vizyon teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, 2023 Eğitim Vizyon Belgesinde, yenilik, gelişmeye açıklık, öğrenciye yönelik işlemler, planların somutlaştırılmış olması, bütünsel bakış açısının olması ve bu vizyon belgesinin gereklilik olduğu konusunda vurgular ağırlıktadır. Diğer yandan 2023 vizyon belgesine modern eğitim yaklaşımı olarak algıladıklarını ve fırsat eşitliği konusunda daha anlamlı olabileceğini belirtmişlerdir. Ancak 2023 vizyon belgesinin uygulanamaz ve gerçekleştirilmesi konusunda çekincelerden bahseden katılımcılar da bulunmaktadır. Özellikle internete erişimi olmayan bölgelerdeki öğrencilerin fırsat eşitsizliğinin çözülememesi gibi nedenler ileri sürülmektedir.

Rehberlik Teması

“Rehberlik teması içerisinde “e-portfolio”, “kariyer rehberliği”, “veri”, “yönlendirme”, “sistem” ve “çekinceler” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 5. Rehberlik Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Rehberlik	E-Portfolio	E-portfolio	11	PD1, PD2, PD3, PD4, PD5, PD7,PD8, PD9, PD10, PD11,PD12
	Kariyer Rehberliği	Kariyer rehberliği	10	PD1, PD2, PD3, PD5, PD6, PD8, PD9, PD10, PD11,PD12
	Veri	Veri oluyor aileye, öğretmene	3	PD4, PD9,PD12
	Yönlendirme	Yönlendirme	3	PD1, PD8,PD11
	Sistem	Sistem güzel olacak/yararlı olacak	4	PD2, PD3, PD4,PD8
		Öğretmenler öğrencileri tanımıyor	2	PD2, PD4

Çekinceler/ Olumsuz Bakış	Sınıflar çok kalabalık	2	PD1, PD4
	Okula hiç erişememesi	2	PD2, PD4

Katılımcılar 2023 Eğitim Vizyonu kapsamında araştırma konusu ile ilgili olarak “2023 Eğitim Vizyonu Rehberlik Hizmetlerinin İhtiyaçlara Yönelik Olarak Yapılandırılmasına dair görüş ve önerileriniz nelerdir?” sorusuna karşılık aşağıdaki ifadeleri kullanmışlardır.

“Özellikle e-portfolyo çocukların gelişimi hakkında bize sağlıklı geri dönüş veren, değer veren bir çalışma. Özellikle kariyer rehberliği çalışmalarında böyle temelden gelen bir verinin elimizde olması geleceğe dair kararların verilmesinde çok daha sağlıklı olacaktır. (PD9, E-portfolyo- Kariyer Rehberliği-Veri Alt Temaları)

“Kariyer rehberliğinin özellikle lisede çok çok önemli olduğunu düşünüyorum. Ancak bu kariyer rehberliğinin sadece psikolojik danışmanlar üzerinden değil okuldaki bütün kadro tarafından ele alınması gerektiği kanaatindeyim. E-portfolyoya işlenen verilerle öğrencinin yönlendirilmesinin gerekli ve yeterli olduğunu düşünüyorum. (PD11,E-portfolyo, Kariyer Rehberliği ve Yönlendirme Alt Temaları)

Rehberlik teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, 2023 eğitim vizyon belgesinde, e-portfolyo uygulamasının hayata geçirileceği, öğrencileri tanıma ve becerilerinin üst sınıflara taşınacağı ve bu konuda yönlendirmenin daha kolay yapılabileceği, kariyer planlamanın toplanan veriler ışığında daha kolay olabileceğini ifade etmişlerdir. Özellikle mizaç, yetenek, ilgi, değer konularında sistemin anlaşılır olacağı ve yararlı olabileceği vurgulanmıştır. Ancak e-portfolyo sisteminin oturmamış olması, sınıfların kalabalık olması ve okula erişim sağlamayan öğrencilerin hala olması, vizyon belgesindeki rehberlik kısmına olumsuz görüş bildirmişlerdir.

Rehber Öğretmen Teması

“Rehber Öğretmen teması içerisinde “Oryantasyon”, “Travmatik Yaşam”, “Psiko-sosyal”, “Göç Sorunsalı”, ve “Görev ve Sorumluluk” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 6. Rehber Öğretmen Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Rehber Öğretmen	Oryantasyon	Oryantasyonlar	5	PD1, PD6, PD9, PD11,PD12
		Adaptasyonlar	3	PD1, PD2,PD3, PD5
		Uyum süreci	2	PD6, PD12
	Travmatik Yaşam	Travmatik yaşam olayları	3	PD3, PD7,PD8
		Göç ve travma	2	PD8, PD12
	Psiko-Sosyal	Psiko-sosyal programı	2	PD3, PD12
		Psikolojik destek	2	PD8,PD12
		Psiko-eğitim becerisi	1	PD8

	Göç sorunu	5	PD6, PD9, PD10, PD11,PD12
Göç Sorunsalı	Göç meselesi	1	PD1
	Göç modülü	1	PD3
	Görev tanımları	2	PD1,PD12
Görev ve Sorumluluk	Rehber öğretmenlerin sorumluluğu	1	PD2
	Sorumluluklar	1	PD10
	Rol	4	PD4, PD8, PD10, PD11

“Göç vb. nedenlerle gelen öğrenciler “risk grubu öğrenciler” kategorisinde yer alıyor. Sene başında yapılan anketlerden elde ettiğimiz veriler doğrultusunda okulumuzda göçle gelen öğrencilere ve diğer öğrencilere bu konuya yönelik oryantasyonlar yapıyoruz. Ancak ülkemizde son zamanlarda artan bir göç dalgası olduğu için rehberlik servisi olarak yeterli olduğumuzu düşünmüyorum açıkçası. Öğrencilerle ilgili çalışma ve uygulamalardaki yoğun programa göçle gelen öğrenciler konusunda rastlamıyoruz. Eğer bu noktada bizlere yeni rol ve görev tanımlanacaksa ya da böyle bir sistem oluşturulacaksa bence çok olumlu olacaktır. (PD11, Oryantasyon, Göç Sorunsalı ve Görev ve Sorumluluk Alt Temaları)

“Bu madde de şu anda çok elzem. Çünkü ülkemiz gerçekten göç alan bir ülke. Türkiye, özellikle doğu bölgesinden battıya doğru çok fazla göç alıyor. Bu anlamda kültürel olarak da o yapının tanınması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi açısından rehber öğretmenlerin bilgilendirilmesi ve donatısının artırılmasının çok faydalı olacağını düşünüyorum. (PD9, Oryantasyon ve Göç Sorunsalı Alt Temaları)

Rehber öğretmen teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, 2023 eğitim vizyon belgesinde, göç ile gelen öğrencilerin oryantasyon ve eğitim sistemine uyumu konularında rehber öğretmenlerin vurguları yer almaktadır. Özellikle göç ile gelen öğrencilerin dil problemi, kültürel farklılıkları kısımlarının çözülebilmesi konusunda görev ve sorumluluklarını ifade etmişlerdir. Ancak bu konuda personel eksikliği (norm kadro eksikliği) yeteriz kalındığı ve travmatik olayların yaşandığını da beyan etmişlerdir.

Ölçme Araçları Teması

Ölçme Araçları teması içerisinde “Kültürel Uyum”, “Ölçme Araç-Geliştirme” ve “Farklı Kültür Ölçme Aracı” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 7. Ölçme Araçları Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Ölçme Araçları	Kültürel Uyum	Türk kültürü ölçek/kültürel uyum	7	PD1, PD2, PD7, PD9, PD10, PD11,PD12
		Kültürle eşdeğer	2	PD6, PD10

	Kültürel uyumlaştırılması çalışması	2	PD5, PD7
Ölçme Araçları Geliştirme	Ölçüm araçlarının geliştirilmesi	6	PD2, PD3, PD4, PD5, PD8,PD9,PD12
	Test ve ölçek geliştirme kapasitesi	2	PD1, PD2
Farklı Kültür Ölçme Aracı	Farklı kültüre sahip ülkelerden alınan ölçme araçları	3	PD2, PD4,PD5
	Avrupa ve Amerika kültürü ölçek	2	PD1,PD7

“Ölçüm aracı geliştirmek tabii ki kolay değil ancak yapılabilir tabii. Anladığım kadarıyla biraz daha mesleki rehberliğe doğru ilerliyor PDR. Ölçek geliştirilir tabii ama bu ölçeği her öğretmenin kullanması uzun zaman alır. Her rehber öğretmenin bunu kullanabilmesi için hizmet içi eğitim yapılması lazım. (PD3, Ölçme Araç-Geliştirme Alt Teması)

“Bu çok güzel çünkü aslında bizim kullandığımız ölçekler de çok güzel ölçekler var hatta şu anda lisede uygulanan bir ölçek var. Türkçe ölçeklerin geliştirilmesi konusunda şöyle düşünüyorum; doğrudan bireyin kendisini tanımaya yardımcı olacak bir araç, ancak ilgilerle, değerlerle kişilik şekillendiği için farklı aralıklarla uygulanması gerektiğini düşünüyorum. (PD8, Ölçme Araç-Geliştirme Alt Teması)

Ölçme araçları teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, 2023 eğitim vizyon belgesinde, rehberlikte, öğrenci tanıma ve kişilik envanteri çıkarılmasında kullanılan ölçeklerin yerli ve milli kültüre uygun olmadığı, genellikle yabancı kökenli ölçeklerin kullanıldığı, bu ise tanılama işlemlerinde yanlış sonuçlara neden olduklarını ifade etmişlerdir. Diğer yandan kullanılan ölçeklerin geçerliliklerini zamanla bittiğini ve yeni, kültürümüze özgü ölçeklerin geliştirilmesi gerektiği konusu ciddi bir şekilde vurgulanmaktadır.

PDR Hizmeti Teması

PDR Hizmeti teması içerisinde “Mevzuat Yapılandırılması”, “PDR Algısı” ve “PDR Önemi” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 8. PDR Hizmeti Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
PDR Hizmeti	Mevzuat Yapılandırılması	Mevzuattan memnun olmadıklarını	9	PD2, PD3, PD5, PD7,PD8, PD9, PD10, PD11,PD12
		Altyapı sağlamaştırılırsa	7	PD1, PD2, PD6, PD7, PD9, PD10, PD11
		Görev tanımları net olmalı	5	PD2, PD3, PD10, PD11, PD12

PDR Algısı	“Odasında boş oturan öğretmen” algısı	4	PD2, PD4, PD6, PD7
	“Boş oturma” algısı	4	PD2, PD4, PD6, PD7
PDR Önemi	İstenilen öneme sahip değil	2	PD1, PD9
	PDR hizmetlerinin önemi de verimi	5	PD1, PD5, PD6, PD7, PD8

“Mevzuat altyapısına çok hâkim olamasam da yeniden yapılandırılması gerekliliğine inanıyorum. Sosyal medya üzerinden takip ettiğim kadarı ile RAM da ve okullarda çalışan rehber öğretmenlerin mevzuattan memnun olmadıklarını gözlemliyorum. Genelde rehber öğretmenlere karşı “odasında boş oturan öğretmen” algısı vardır. Rehber öğretmenlerinin “boş oturma” algısı sebebiyle boş ders doldurma ve koridorda nöbet tutma gibi görevlerde yer doldurucu rolü üstlendirilmesi rehberlik servisi ve öğrenciler arasındaki ilişkiye ters düşmektedir. Rehber öğretmenlerinin görev tanımlarının daha keskin çizgilerle çizilmesi ve bu görev tanımının dışında görevlendirilmemesi konusunda mevzuatın yeniden yapılandırılması sağlıklı olur. (PD2, Mevzuat Yapılandırılması ve PDR Algısı Alt Temaları)

“Bazen rehber arkadaşları memur gibi çalıştıran idarecilerimiz var. Bazen tam anlamını bilmeden farklı işler yaptırılan idarecilerimiz var. Dolayısıyla PDR çok daha farklı bir bölüm dolayısıyla hem öğretmen veli öğrenci arasında idari bir köprü hem herkesin neredeyse sığınabileceği bir liman. Birçok alanda çalışma yapılacaksa ilk önce başvurulmuş bir birim olarak da bakıldığında biraz altyapıdaki yenilemenin biraz daha güzelleştirilmesi kanaatindeyim. “Odasında oturuyor akşama kadar” gibi böyle duyular aldığımız çok oluyor. Oysaki olay o değil yani bunu da öğretmen arkadaşlarımızı doğru bilgilendirme ile geçecektir, bu vizyonda bu da var. Bu anlamda çok daha faydalı olacağı kanaatindeyim. Meslekleri iyi tanıtmak lazım. Yani bir psikolojik süreci ayaküstü konuşarak kimse çözemez. (PD6, Mevzuat Yapılandırılması, PDR Algısı ve PDR Önemi Alt Temaları)

PDR Hizmeti teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, mevzuatın iyi olmadığı, görev tanımları konusunda boşluklar olduğu, ayrıca okul ortamında rehber öğretmen algılarındaki patolojik sıkıntıların rehber öğretmenlerin çalışmasını olumsuz etkilediği vurgulanmıştır. Özellikle rehberlik hizmetlerinin önemi çok vurgulanmış ve buna göre, vizyon belgesinde, düzeltilme kısımları olumlu karşılanmıştır.

RAM Teması

RAM teması içerisinde “Personel Eksikliği”, “Tanılama İşlemi”, “Eğitim Düzenleme” ve “Bölgesel Farklılık” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 9. RAM Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımlar
RAM	Personel Eksikliği	Personel eksiklikleri süreci	4	PD1, PD2, PD3, PD4,
		Personel sayısı	3	PD1,PD3, PD4,
		Personel niteliklerinin artırılması	2	PD1, PD11
	Tanılama İşlemi	Psikolojik rehberlik	2	PD3, PD12
		Milli testlerin geliştirilip	1	PD1,
		Denklik	1	PD1,
RAM	Eğitim Düzenleme	RAM'ların mutlaka geliştirilmesi	2	PD1, PD6, PD7, PD8, PD9, PD10
		Danışmanlık kısmının daha geliştirilmesi	1	PD3,
	Bölgesel Farklılık	Uygun donatıların olmaması	1	PD5
		Fiziksel koşulları uygun olmayabiliyor	1	PD1
		Alt yapı	1	PD8

“Okul Rehberlik Servisleri genelde tanısı alınmış ya da tanılanacak öğrenciler konusunda RAM’larla irtibat halindedir. Bu noktada benim çalıştığım ilçede RAM’dan cevap alma konusunda sıkıntı yaşamadık. Ama genel anlamda yapılandırma fikri bile bir gelişim ve iyileştirme göstergesidir. Bu noktada destekliyorum. (PD2, Personel Eksikliği Alt Teması)

“Kendimizi sürekli taze tutmamız lazım. Psikoloji alanında kendimizi anlatamazsak başarısız oluruz. O anlamda ram iyi çalışıyor, kendi etkinlik günleri var. Bütün ramlar bunu yapıyorsa bence gayet güzel. (PD6, Eğitim Düzenleme Alt Teması)

RAM teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, tanılama işlemlerinin önemi bahsedilirken RAM’da çalışacak deneyimli ve nitelikli personel eksikliği ifade edilmiştir. Özellikle 7 farklı bölgede RAM çalışma şartlarının uygunsuz olduğu yani bölgesel farklılardan dolayı danışma hizmetlerinin yerine getiremediği beyan edilmiştir. Diğer yandan vizyon belgesinde nitelikli personel ihtiyacı için eğitimler düzenlenmesi olumlu karşılanmıştır.

Mesleki Gelişim Teması

Mesleki gelişim teması içerisinde “Bütçe Yetersizliği”, “Sertifika Durumu”, “Destekleyici Eğitimler”, “Gelişme ve Yenileşme”, “Yetersizlikler (Lisans Eğitimi, Mevzuat, Rehber Öğretmen Algısı)” ve “PDR nitelikleri” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 10. Mesleki Gelişim Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Mesleki Gelişim	Bütçe Yetersizliği	Bütçeyi aşabilmektedir	2	PD1, PD2
		Bütçe planlaması	2	PD1, PD2
		Para ödememeliyim ben	2	PD5, PD7
		Bu eğitimleri dışarıdan değişen bütçelerle alıyoruz	2	PD7, PD8, PD9
	Sertifika Durumu	Sertifikalar çok suyu çıkmış şeyler	2	PD3, PD9
		Sertifika verme yetkimiz yok	2	PD3, PD11
Mesleki Gelişim	Destekleyici Eğitimler	Kesinlikle desteklenmeli	4	PD2, PD5, PD7, PD11
		9-10 yıldır bu mesleğin içinde eksik olduğunu düşündüğüm bir yön	3	PD4, PD7, PD12
	Gelişme ve Yenileşme	Mesleki ve kariyer gelişim	2	PD2, PD6
		Kendini geliştirmek isteyen öğretmenler	3	PD2, PD3, PD8
		Sürekli kendini yenilemen gereken bir ala	3	PD2, PD4, PD8
	Yetersizlikler	Olumsuzluk yaşıyor	1	PD1,
		Dengesizlikler var	1	PD1,
		Yönetmelik tam anlamda açık olmadığı	1	PD3,
		Öğretmenler çok değersiz	1	PD4,
	Yetersizlikler	Nasıl uygulamalar bilmiyorum	1	PD7
Şube müdürü ile kişisel meselesinden dolayı engellenebiliyor		1	PD7	
Lisans eğitiminin yeterli olmadığı durumlar olabiliyor		1	PD12	
Maddi anlamda külfet olabiliyor		1	PD12	
PDR Nitelikleri	PDRciler kendini geliştirmeye çok açık bir grup	4	PD2, PD5, PD8, PD9	
	Rehber öğretmen aynı zamanda bütün öğretmenlerin de rehberidir	4	PD3, PD6, PD9, PD10	

“Lisansüstü eğitimlerin desteklenme noktası ama hep bir olumsuzluk yaşıyor. Türkiye’de hep bu olumsuzluklar var maalesef. Düzeltirse çok kıymetli bunlar nitelik ne kadar artarsa sunacağımız hizmetin niteliği de artacaktır. (PD1, Bütçe Yetersizliği Yetersizlikler Alt Teması)

“Bu çok güzel bir şey çünkü bir rehber öğretmen aynı zamanda bütün öğretmenlerin de rehberidir. Bu anlamda da onlara rehberlik yapabilmek adına diğer öğretmenlerden her zaman bir adım önde gitmek durumundadır. Bu açıdan baktığımızda gelişimi öğrenmesi eğitimleri sertifikalarla donatılması ve bu anlamda desteklenmesi güzel olacaktır. (PD9, Bütçe Yetersizliği, Sertifika Durumu ve PDR Nitelikleri Alt Temaları)

Mesleki Gelişim teması altında vizyon belgesinde yer alan eğitimlerin planlaması olumlu karşılanmıştır. Ancak bütçe yetersizliği nedeniyle istenilen eğitimlerin alınamadığı ve bu konuda bakanlık nezdinde desteklerin olması olumlu karşılanmıştır. Okul psikolojik danışmanlarının mesleki gelişimlerinin okuldaki tüm öğretmenlere yarar sağlaması adına önemli olduğu bundan dolayı da PDR niteliklerinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca lisans eğitimindeki yetersizliklerin giderilmesi, mevzuat konusunda net olmaması ve rehber öğretmenler boş oturuyor algısının rehber öğretmenlerinin çalışmalarını olumsuz etkilediği konusunda görüş birliği bulunmaktadır.

Sınıf Rehber Öğretmenliği Teması

Sınıf Rehber Öğretmenliği teması içerisinde “Sertifika Tedirginliği”, “Sınıf Öğretmeni” ve “Eğitim İçeriği” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 11. Sınıf Rehber Öğretmenliği Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Sınıf Rehber Öğretmenliği		Bizim alana darbe vurdu	3	PD1, PD5, PD7
	Sertifika Tedirginliği	Sınıf öğretmenine bu sertifikayı vermek atama	3	PD1, PD5, PD7
		Rehber öğretmenin görevini üstlenme gibi algılar büyük bir mağduriyete	6	PD1, PD2, PD3, PD5, PD7, PD8
		Sınıf öğretmenlerinin bilgili olması bence çok çok önemli	3	PD2, PD5, PD6
	Sınıf Öğretmeni	Sınıf Öğretmeni De Bu Eğitimi Alırken Rehberlik Sistemini Tam Öğrensin ki Gerekli Yönlendirmeyi Yaparken O Altyapıyı Hazırlayabilecek Şekilde Yetkin Olsun	4	PD2, PD4, PD5, PD6, PD9, PD10, PD11, PD12
		Gerçekten sınıf öğretmenlerinin eğitilmesi gerektiğini düşünüyorum	3	PD4, PD5, PD7
	Eğitim İçeriği	Sınıf öğretmenleri lisansta rehberlik dersi alıyorlar	1	PD3
		Eğitimin içeriğinin çerçevesi çok iyi çizilmesi lazım	1	PD3

“Sınıf öğretmenin verdiği rehberlik saati çok etkili değil haklı olarak. Ama bu eğitimlerin sınıf öğretmenlerine katkı sağlayacağını düşünüyorum. Ancak biraz bakış açısının da değişmesi lazım bazı sınıf öğretmenleri kol kırılır yen içinde kalır mantığıyla yaklaşıyor rehber öğretmenleri daha dışarıda tutuyor ve rehberlik saatinde matematik gibi dersleri işliyorlar. Bence bu zihniyeti değiştirmemiz gerekiyor. (PD4, Sınıf Öğretmeni Alt teması)

“Her ne kadar okul içerisinde sınıf ve branş öğretmenlerine elimizden geldiğince yardımcı olmaya çalışsak ta onların rehberliğe yönelik iş ve hizmetleri daha sağlıklı yürütülebilmesi için eğitimlerin olmasının iyi olacaktır. (PD10, Sınıf Öğretmeni Alt Teması)

Sınıf Rehber Öğretmenliği teması altında vizyon belgesinde yer alan sertifika verilmesi rehberlik hizmeti ve yapılan işlemlerin tedirginliği vurgulanmıştır. Çünkü rehber öğretmenlerin nitelikleri aldıkları lisans eğitimleri yerine sınıf öğretmenlerine aynı düzeyde değerlendirip sadece bir sertifika ile rehber öğretmeni yerine geçirilme düşüncesi sıkıntılı olabileceği beyan edilmiştir. Diğer yandan sınıf rehber öğretmenleri görevleri gereği zaten okul rehber öğretmenleriyle çok işbirliği içinde olmaları gerektiği ön plana çıkarılmış ve sınıf rehber öğretmenlerinin niteliklerinin artırılması olumlu karşılanmıştır.

YÖK İşbirliği Teması

YÖK İşbirliği teması içerisinde “Nitelik”, “Yenileşme”, “Anlamadım” ve “İşbirliği” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 12. YÖK İşbirliği Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
YÖK İşbirliği	Nitelik	Profesyonel Hizmet Vermelerini Sağlayacaktır	3	PD2, PD8, PD10,
		İçerik Olarak Daha Mı Zenginleştirilecek	3	PD3, PD8, PD12,
		Çok Kaliteli Eğitimler Oluyor	3	PD7, PD9, PD12
	Yenileşme	Nitelik Noktasında Bir Yenileme Kastedilmiş Olabilir	4	PD1, PD4, PD5, PD6, PD7
		PDR Bölümlerinin İyileştirilmesine Yönelik Olarak Anladım	3	PD4, PD5, PD8, PD9
	Anlamadım	Üniversiteler Zaten YÖK’ten Bağımsız Hareket Etmiyorlar	1	PD1
		Üniversitedeki Son Staj Zaten Okullarda Ya Da Ramlarda Yapılan Staj	1	PD4
	İşbirliği	Bir Kolektif Çalışma Gerçekleştirilerek	2	PD9, PD11,
		Adayların Yetiştirilmesi Hususunda YÖK İle İşbirliği Kesinlikle Yapılmalı	2	PD10, PD12,
		İşbirliği Yapılıyor	1	PD11

“Okul Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık alanında çalışacak adayların daha fazla saha çalışması ve uygulama eğitimleri YÖK tarafından daha kapsamlı hale getirilmesi meslek hayatında da daha profesyonel hizmet vermelerini sağlayacaktır. (PD2, Nitelik Alt Temaları)

“Bunların hepsi bağlantılı. Biz altyapıda çocuklara nasıl kalifiye eğitimler vererek yönlendireceksek, üniversite okuyanları da aynı şekilde sahaya sürmeleri çok önemli. (PD6, Yenileşme Alt Teması)

YÖK İşbirliği teması altında, vizyon belgesinde yer alan, okullarda rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanında, adayların uygulama becerilerinin geliştirilmesine önem verilmesi, niteliğin artırılması ve nitelikli personel yetiştirilmesi konuları olumlu karşılanmıştır. Ancak bu kısmın zaten YÖK'ün görevi olduğu ve ekstra bir iş birliğinin ne olduğu konusunda anlamadıklarını da belirtmişlerdir.

Toplum Hizmeti Teması

Toplum Hizmeti teması içerisinde “Uygun”, “İşbirliği”, “Anlamadım” ve “Var olan” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 13. Toplum Hizmeti Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Topluma Hizmet Uygulamaları	Uygun	Güzel olur çok da kıymetli olur	4	PD1, PD7, PD9, PD10
		Uygulanabilirse verim alınacak bir madde	2	PD1, PD10
		RAMlarla ve özel eğitim merkezleri ile ilişkilendirilmesi faydalı olur	3	PD2, PD9,PD11
		Özellikle yetersizlik türüne bağlı olarak öğrencilerin yerleştirilmesi	3	PD5, PD9, PD12
		Çocuğu kazanabilmek mesela bu bir topluma hizmet bence	3	PD6, PD9, PD12
		Öğrencilerin kaynaşmasını sağlamak ve onların kendilerini daha iyi hissetmesini destekleyecek	2	PD8, PD9
	İş Birliği	Topluma hizmet uygulamaları okulun talebiyle hareket ediyoruz.	2	PD3, PD10
		İşbirliği geliştirici olacaktır	2	PD8 PD11
	Anlamadım	Okullarda da bu tarz kulüpler ve kulüp çalışmaları olmakta	1	PD2
		Bu konu hakkında tam bilgim yok	2	PD4, PD7
Var olan	Çok büyük bir yenilik gibi gelmedi bana	1	PD2	
	Genel olarak sivil toplum kuruluşları ve onların yaptığı hizmetlerle alakalı	1	PD2	
	Bu da aslında var olan bir sistem	2	PD3, PD6	

“Biz şu an topluma hizmet uygulamaları kapsamında okulun talebiyle hareket ediyoruz. Bu konuları daha çerçeveleştirebilir. Bu da aslında var olan bir sistem. Biraz daha çalışma planına eklenip zorunlu hale getirilebilir. (PD3, İş Birliği, Var olan Alt temaları)

“Topluma hizmet zaten bizim yaptığımız her çalışmadır. Çocuk disiplin cezası aldı diye sokağa atmak, okul değiştirmek çözüm değil. Önemli olan, çocuğu kazanabilmek. Mesela bu bir topluma hizmet bence. Biz bir ekibiz. Bu ekibin içinde herkes var. (PD6, Uygundur, Var olan Alt Temaları)

Toplum hizmeti teması altında, vizyon belgesinde yer alan, kısımların uygun ve güzel bir çalışma vurgulanmıştır. Ancak bu bahsedilen çalışmaların hali hazırda var olduğunu ve gereksiz bir şekilde vizyon belgesinde yer aldığını beyan etmişlerdir.

Kaynaştırma Teması

Kaynaştırma teması içerisinde “Uygun”, “İşbirliği”, “Anlamadım” ve “Var olan” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 14. Kaynaştırma Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Kaynaştırma		Öğrencilerin yararını düşünmemiz açısından güzel.	2	PD4, PD8
		Bireyin tanınması açısından ona yardım etmek açısından	2	PD5, PD9
		Sınıf ve branş öğretmenlerinin o çocuktaki farklılığı fark etmesi açısından	2	PD6, PD89
	Uygundur	Duygusal iletişim açısından da bağ kurar	3	PD7, PD8, PD9
		Eğitimler verilmesinin bir farkındalık oluşturulmasının önemli olduğunu	2	PD2, PD9, PD12
		Psikolojik danışmanların bile bu konuda eğitim almaları gerektiğini düşünüyorum	2	PD2, PD10
İşbirliği		Kaynaştırma öğrencileri ramdan hafif zeka geriliği, hafif otizmli vb. Gibi durumlardan dolayı kaynaştırma tanısı almış özel öğrenciler	2	PD1, PD11
		Veliler mesela kaynaştırma öğrencisini istemiyor	2	PD4, PD11
Anlamadım		Kaynaştırma bana negatif bir kavram olarak geliyor.	1	PD4
		Belli kaygılar taşıyacaktır	1	PD8

	Eğitim kapsamının ve içeriğinin süresinin çok yetersiz olmasından kaynaklı	1	PD8
Var olan	Bu madde uygulamada olan bir madde	3	PD1, PD3, PD6
	Bütün maddeler birbirleriyle çok iç içe	1	PD6

“Bu konularla ilgili eğitimler hiç verilmedi. Özel eğitim benim için çok hassas bir nokta. Bu konuda daha çok eğitim verilse çok iyi olur. Bu tip çocukların değişmeyeceğini düşünüyorlar. Bu konuda daha çok motive edilmeye ihtiyaç var. (PD7, Uygundur Alt Teması)

“Kesinlikle bu noktada hizmet için eğitimlere ihtiyaç var. Bu eğitimlerin kapsamı da tek tek her bir engel türüne yönelik ve uzun süreli olmalı. (PD12, Uygundur Alt Teması)

Kaynaştırma teması altında, vizyon belgesinde yer alan, kısımların uygun ve güzel bir çalışma vurgulanmıştır. Ancak bu bahsedilen çalışmaların hali hazırda var olduğunu ve gereksiz bir şekilde vizyon belgesinde yer aldığını beyan etmişlerdir.

Kaynaştırma Modeli Teması

Kaynaştırma Modeli teması içerisinde “Uygun”, “STK İşbirliği”, “Anlamadım”, “Var olan” ve “Geliştirilebilir” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 15. Kaynaştırma Modeli Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Uygun		Disleksi, otizm gibi noktalara, vakıflarla hatta bakanlıklarla ciddi çalışmalar var	3	PD1, PD5, PD9
		Çocuğun hem sınıf içindeki verimi artar etkileşimde bulunarak hem de akademik olarak, bilişsel olarak ve duyuşsal olarak performansı da artacaktır	3	PD1, PD5, PD9
Kaynaştırma Modeli	Uygun	Yeni kaynaştırma modelleri çok fayda sağlar	3	PD2, PD5, PD8, PD9
		Kaynaştırma modellerini düşündüğümde evet ihtiyaç var	2	PD3, PD11
		Öğretmenlerin bilgilerini güncellemesi velilerin bilgilendirilmesi ve toplumda farkındalık oluşturulması	2	PD8, PD10
		Bu durumları yaşayan çocuklar ile velilere destek sağlayacaktır	2	PD3, PD9
		Farkındalığın oluşturulması	1	PD9
		Bilincin oluşturulması	1	PD9
		Arkadaşlık ilişkilerinin de olumluya yönlendirilmesi	1	PD9

	farkındalık yaratabileceği	1	PD12
STK İşbirliği	STKlar çok iyi çalışmalar yapıyorlar	7	PD1, PD3, PD4, PD5, PD8, PD9, PD11,PD12
Anlamadım	Yeni kaynaştırma modelleri neler olabilir bilmiyorum	2	PD2, PD4
Var olan	Kaynaştırma modeli zaten uygulanıyor	2	PD1, PD8, PD12
Kaynaştırma Modeli	Yeni kaynaştırma modelleri geliştirilecektir ifadesi çok kıymetli oldu	2	PD1, PD8
	Bir modele çevirebilirsek hakikaten verimliliği ve niteliği artırır.	2	PD1, PD5
	Bu çok idealist ve yenilikçi bir madde	1	PD1, PD2, PD7
	Geliştirilebilir Uygulanabilirlik ve bütünleştiricilik ön planda tutulabilir	2	PD1, PD6
	İyileştirilme yapılmalı.	3	PD3, PD6, PD9
	Okul içinde işlevsel modellerle uygulanması önemlidir.	2	PD4, PD10
	Uygulanabilirlik açısından işlevsel bir model geliştirilmelidir.	1	PD10

“Biz STK’larla çalışıyoruz tohum otizm vakfı ile mesela. Bu biraz daha okuldaki rehber öğretmenin çabasıyla da alakalı açıkçası. Şuan ki kaynaştırma modellerini düşündüğümde evet ihtiyaç var çünkü her tanıya var olan kaynaştırma modelleri uygun olmuyor. Yani bir otizmlili öğrenciyle bir bedensel engelli öğrencinin hepsine tam zamanlı kaynaştırma olmuyor. (PD3, Uygundur- STK İşbirliği- Geliştirilebilir Alt Temaları)

“STK’larla işbirliğinin son derece faydalı olacağını düşünüyorum. Kaynaştırma modelleri noktasında uygulanabilirlik ve bütünleştiricilik ön planda tutulabilir. (PD6, Geliştirilebilir Alt Teması)

Kaynaştırma Modeli teması altında, vizyon belgesinde yer alan, kısımların uygun ve güzel bir çalışma vurgulanmıştır. Ayrıca STK ile çalışmaların başarı olduğu ve bunun geliştirilerek devam etmesi konusunda vurgu yapılmıştır. Diğer yandan bu bahsedilen çalışmaların hali hazırda var olduğunu ve gereksiz bir şekilde vizyon belgesinde yer aldığını beyan etmişlerdir.

Özel Yetenek Teması

Özel Yetenek teması içerisinde “Bilim ve Değerlendirme Kurulu”, “Ölçek Geliştirme”, “Kültürel Uyum”, “Var olan”, “İyileştirme”, “Eğitim Desteği” ve “Tanılama/Yönlendirme” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 16. Özel Yetenek Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Özel Yetenek	Bilim ve Değerlendirme Kurulu	“Özel yetenekliler için bilim ve değerlendirme kurulu kurulacaktır” ifadesi önemli bir gelişme olabilir.	6	PD1, PD2, PD3, PD4, PD5, PD7,
		Zeka ve yetenek tanılama izleme merkezleri ve noktaları” kurulması. Bu hedefin içeriği çok değerli aslında	3	PD1,PD3,PD5
	Bilim ve Değerlendirme Kurulu	Kurulması planlanan özel yeteneklilere yönelik tanılama merkezleri daha aktif rol alarak süreci hızlandırabilir ülke ve insanlık adına o bireyleri değerlendirmek, yönlendirmek çok önemli	3	PD1,D2, PD4,
		Yetenekleri daha küçük yaşa keşfedilmesiyle ilgili komisyonlar işe yarayabilir	2	PD7, PD3
Özel Yetenek		Eski model bir ölçme modeli kullanılıyordu ve neredeyse bütün çocuklar üstün zeka çıkacaktı	4	PD2, PD4, PD6, PD7,
	Ölçek Geliştirme	Testlerin geliştirilmesi	3	PD1, PD2, PD6, PD12
		Yeni ortaya konulacak zekâ testlerinde ve kurulması planlanan değerlendirme -tanılama merkezlerinde de tanı kriterlerinde kültüre uyumluluk, güncel şartlar	3	PD2, PD3, PD11,
		Envanterlerin millileştirilmesi	2	PD1, PD5
		WISC-R, WISC-R4’ler Avrupa- Amerika kültürüne uygun testler	2	PD1, PD4,
Kültürel Uyum		Kendi kültürüne özgü değerlendirmiş oluruz	2	PD1, PD3,
		Ölçme araçları mevcut değerlendirme araçları da aslında kültüre uyarlanıyor	1	PD7
Var olan		Yurtdışından standardize edilmiş testlerin kültürel uyum olsun ya da farklılıklar olsun tanımlama	3	PD2, PD7, PD9
		Kültüre uyumlu ve zamanın şartlarına paralel testlere ihtiyacımız var	2	PD3, PD4,
		Şu an maalesef çok üstün körü geçiyoruz	2	PD1, PD10,
		Ölçme araçları zaten standart RAMlarda testör sayısı artırılması lazım.	2	PD3, PD9,
İyileştirme		İyileştirme politikası mutlaka gerekiyor	2	PD2, PD4,
		İyileştirme politikası geliştirilmeli	4	PD1, PD4, PD6, PD9,

	Yeteneklerinin olduğu alanlarda geliştirilmeleri	1	PD3,
	Eğitimin artırılması lazım	2	PD3, PD8,
	Özel yetenekli bireylerin eğitimi aslında özel eğitime ihtiyacı olan bireyler kadar önemli	1	PD9,
Eğitim Desteği	Zenginleştirilmiş eğitim programları var	1	PD10,
	Özel yetenekli öğrencilere de destek eğitim verilmeli	2	PD1, PD3,
	Daha fazla hizmetçi eğitim almamız gerekiyor	2	PD8, PD9,
Özel Yetenek	Yönlendirme yapabilmek	3	PD2, PD7,PD8,
Tanılama/	Tanılamaya dair yaşadığımız ciddi problemler var	4	PD2, PD6, PD7,PD8,
Yönlendirme	Öğrencilerin tanınması biraz istismar edilen bir konu	2	PD1, PD7
	Tanılama konusunda kullanılan zeka testleri yeterli gelmiyor	3	PD1, PD8,PD10,

“Benim çalıştığım okullardan birinde üstün zekâlı öğrenci sayısı çok fazla. Ama çok eski model bir ölçme modeli kullanılıyordu ve neredeyse bütün çocuklar üstün zekâ çıkacaktı. Ama belki aslında o çocuk üstün zekâ değil. Bizim çok yönlü bir teste ihtiyacımız var. Aslında çocuğun sınıf ortamında huzuru yerindeyse, arkadaşlarıyla arası iyiyse, akademik olarak çok zorlu bir süreç yaşamıyorsa herhangi bir envanter uygulanmasına gerek yok. Üstün yetenekli çocukların diğer çocuklardan ayrılmaması gerekiyor. Yurtdışında birçok ülkede gerçekleştiriliyor bu sistem. (PD4, Bilim Ve Değerlendirme Kurulu- Ölçek Geliştirme-Kültürel Uyum- İyileştirme Alt Temaları)

“Bu noktada bilim ve değerlendirme kurulması önemli ama şuan nasıl olduğunu bilmiyorum bildiğim kadarıyla bilim sanat merkezlerinde eğitim görenler var. O çocuğun üstün yetenekli olduktan sonra kimden eğitim alacağı önemli. Benim zamanımda birçok öğrenci üstün zekâ birkaçı parlak zeka ve neredeyse bir tanesi normal zeka çıkıyordu. (PD5, Bilim ve Değerlendirme Kurulu- Kültürel Uyum Alt Temaları)

Özel yetenek teması altında, vizyon belgesinde yer alan, kısımların bilimsel çalışmalara göre yapıldığı, kullanılan testlerin özellikle kültürel uyum konusunda ve kullanım ömürlerinin geçtiği konusunda şikâyetlerini beyan etmişlerdir. Öte yandan yanılma ve yönlendirme konusunda kullanılan

ölçme araçlarının geliştirilmesi gerektiği ve bunun için eğitim desteğinin olması gerektiği vurgusu yinelenmiştir.

Mesleki ve Teknik Rehberlik Teması

Mesleki ve Teknik Rehberlik teması içerisinde “e-portfolyo uygulaması”, “Genel Beceri Test Seti”, “yönlendirme ve rehberlik dijital platformu”, “meslek eğitimi”, ve “Kariyer Uzmanlığı” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 17. Mesleki ve Teknik Rehberlik Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Mesleki ve Teknik Rehberlik	E-Portfolyo Uygulaması	E-portfolyo uygulaması	6	PD1, PD2, PD3, PD8, PD9, PD12
	Genel Beceri Test Seti	Genel beceri test seti	10	PD1, PD3, PD4, PD5, PD6, PD7,PD8, PD9, PD11,PD12
	Yönlendirme ve Rehberlik Dijital Platformu	Yönlendirme ve rehberlik dijital platformu	8	PD1, PD3, PD6, PD8, PD9, PD10,PD11, PD12
	Meslek Eğitimi	Meslek liselerinin niteliği çok ciddi oranda toparlandı	3	PD1, PD4, PD6
	Kariyer Uzmanlığı	Kariyer uzmanlığı	4	PD6, PD10, PD11 PD12

“Şuan zaten e- rehberlik platformu var. Mesleki rehberlikle ilgili bilgiler için de bir sistemi olması gerekiyor. Daha fazla öğretmen desteği gerekiyor bunlar için mevcut sistemde zor. Olursa tabi daha güzel olur. Sadece testle olabilecek bir şey değil. Testler bazen verimli sonuç vermiyor. Genel beceri testi tabii ki işimizi görebilir. Ama asıl mesela buna zaman ve emek harcamak gerekiyor. Buna ayrıca bir çalışma yapılması lazım öğretmen sayısı yetmiyor. Güzel bir hedef. (PD7, Genel Beceri Test Seti Alt Teması)

“Kariyer rehberliği anlamında “genel beceri test seti” oluşturulacaksa her lise grubuna ayrı ayrı düzenlenmeli ve yine her lise grubuna yönelik dijital platformlar oluşturulmalı. Çünkü her lise türünün ihtiyacı farklı ve bu farklılıklara göre biz kendimiz uyarlamalar yapmaya çalışıyoruz. Ayrıca farklı alanlara yönelik ortak test uygulamalarının öğrencide de belirsizlik ve kafa karışıklığı doğurduğu kanaatindeyim. (PD11, Genel Beceri Test Seti- Yönlendirme ve Rehberlik Dijital Platformu- Kariyer Uzmanlığı Alt Temaları)

Mesleki ve Teknik Rehberlik teması konusunda e-portfolyonun ve genel beceri testi kısımlarının olumlu karşılandığı beyan edilmiştir. Diğer yandan yönlendirme ve rehberliğine ait dijital platformunun olması kariyer planlamada çok kolaylık sağlayacağı bildirilmiştir.

Uygulanabilirlik Teması

Uygulanabilirlik teması içerisinde “Uygulanamaz”, “Uygulanabilir” ve “Kısmen” alt temaları yer almaktadır.

Tablo 18. Uygulanabilirlik Teması Ve İlişkili Alt Temalar

Tema	Alt Tema	Kodlar	F	Katılımcılar
Uygulanabilirlik	Uygulanamaz	Uygulanabileceğini de çok düşünmüyorum	2	PD4,PD7
		Gerçekçi olacaksak çok inancım yok	1	PD2, PD3
		Rekor bütçe ister, yetersiz	1	PD1
	Uygulanabilir	Güzel ve nitelikli maddeler olduğu	4	PD1, PD2,PD11, PD9
		Yeterli destek verildiği takdirde maddelerin hepsi uygulanabilir.	2	PD1, PD2, PD5, PD6, PD12
	Kısmen	Uygulanabilirliği de istemekle ve alt yapıyı sağlayabilmekle alakalı olduğunu düşünüyorum	1	PD2
		Uygulanabilirliği noktasında bazı endişelerim var	1	PD10
Hayata geçirilmesi biraz zaman alabilir.		1	PD8	

“2023 Eğitim Vizyonu PDR ile ilişkili olan maddelerin hepsinin güzel ve nitelikli maddeler olduğunu düşünüyorum. Sadece sınıf öğretmenlerinin sertifikasyon eğitimi almasına yönelik hedef dışında. geri kalan maddelerin hepsine katılıyorum ve hepsini destekliyorum. Uygulanabilir ama şuan ki sistemde şuan ki altyapı ile çok zor. Hangilerini yapabiliriz dersek; e-portfolyoyu kuramayız belki ama zeka testini geliştirebiliriz, RAM’ların sayısını artırabiliriz. 2023 Eğitim Vizyonu’nun tam olarak hayata geçirilebilmesi için bizim mutlaka refah seviyemizin artması gerek. Bunu oluşturursak gerisini çözmemiz daha kolay çünkü maalesef ki hemen hemen her şeyin temelinde maddiyat yatıyor. Önümüzdeki 5 yıllık süre zarfında tam olarak uygulanabileceğini düşünmüyorum. Bize en az 10 yıl lazım ki biz 2023 Eğitim Vizyonu’nun sınırlı sayıda maddesini konuştuk tamamına baktığımızda çok geniş ve kapsamlı bir içeriğe sahip 2023 Eğitim Vizyonu. (PD1, Uygulanamaz- Uygulanabilir- Kısmen Alt Temaları)

“Herkes elini taşın altına koyduğunda iyi bir işbirliği ile iyi bir çerçevede uygulanabilir. Ama 2023 Eğitim Vizyonu’nu uygulama noktasında ailelere, idarecilere, öğretmenlere, il ve ilçe bakanlıklarına ve STK’lara çok fazla görev düşüyor. Bunun önüne geçmek adına vizyonun iyi tanıtılması, insanların iyi anlaması, eleştiriye açık olup alandaki kişilerden önerilerin alınması fayda sağlayacaktır. Tabii ki tıkanabiliriz ama revize ettikçe vizyonu devamı gelecektir diye düşünüyorum. Yapılan ve yapılacak çalışmaların gerekli olduğu

kanaatindeyim, iyi ki de yapılıyor özellikle son 2-3 yıla baktığımızda yapılan çalışmalardan gayet memnunum. (PD12, Uygulanabilir Alt teması)

Uygulanabilirlik teması konusunda katılımcılar hem olumlu hem de olumsuz beyanlarda bulunmuşlardır. Özellikle uygulanabilirliğini isterken alt yapıyı sağlanamadığı, yedi ayrı bölgede fırsatların aynı olmadığı, rekor bütçeye ihtiyaç olduğunu beyan ederken. Olumlu karşılayanlar ise maddelerin güzel, düşüncenin güzel olduğuna vurgu yapmıştır.

TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmada okul psikolojik danışmanlarının 2023 Eğitim Vizyonu'nda rehberlik ve psikolojik danışma alanına ilişkin görüşleri incelenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda 2023 Eğitim Vizyonu kavramı etrafında 15 alt tema belirlenmiştir. 2023 Eğitim Vizyonu kavramı etrafında Vizyon, Rehberlik, Rehber Öğretmen, Ölçme Araçları, Mesleki ve Teknik Rehberlik, Uygulanabilirlik, RPD Hizmeti, RAM, Mesleki Gelişim, Sınıf Rehber Öğretmenliği, YÖK İşbirliği, Özel Yetenek, Toplum Hizmeti, Kaynaştırma ve Kaynaştırma Modeli alt temaları oluşturulmuştur.

Vizyon teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, 2023 Eğitim Vizyon Belgesinde, yenilik, gelişmeye açıklık, öğrenciye yönelik işlemler, planların somutlaştırılmış olması, bütünsel bakış açısının olması ve bu vizyon belgesinin gereklilik olduğu konusunda vurgular ağırlıktadır. Diğer yandan 2023 Vizyon Belgesi'ne modern eğitim yaklaşımı olarak algıladıklarını ve fırsat eşitliği konusunda daha anlamlı olabileceğini belirtmişlerdir. Ancak 2023 Vizyon Belgesi'nin uygulanamaz olduğundan ve gerçekleştirilmesi konusunda çekincelerden bahseden katılımcılar da bulunmaktadır. Özellikle internete erişimi olmayan bölgelerdeki öğrencilerin fırsat eşitsizliğinin çözülememesi gibi nedenler ileri sürülmektedir. Bazı okul psikolojik danışmanlarının 2023 Vizyon Belgesi'nin uygulanmasının mümkün olmadığı ve gerçekleştirilmesi konusunda çekincelerinin de bulunduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak bu araştırmaya katılan katılımcıların beklentileri, literatürde Türk eğitim sistemine yönelik yapılan (Duran ve Kurt, 2019; Doğan, 2019; Köç ve Ünal 2019; Akkaya, 2020) araştırma sonuçlarıyla paralellik göstermiştir.

Rehberlik teması altında dikkate değer en önemli vurgu; 2023 Eğitim Vizyon Belgesi'nde, e-portfolio uygulamasının hayata geçirileceği, öğrencileri tanıma ve becerilerinin üst sınıflara taşınacağı ve bu konuda yönlendirmenin daha kolay yapılabileceği, kariyer planlamanın toplanan veriler ışığında daha kolay olabileceği şeklinde ifade edilmiştir. Özellikle mizaç, yetenek, ilgi, değer konularında sistemin anlaşılır olacağı ve yararlı olabileceği vurgulanmıştır. Ancak e-portfolio sisteminin oturmamış olması, sınıfların kalabalık olması ve taşralarda hala okula erişim sağlamayan öğrencilerin olması, vizyon belgesindeki rehberlik kısmına yönelik olumsuz görüşlerdir. 2023'e uzanan bu belge eğitim sistemi için ortaya koyduğu temel vizyon, vizyonun felsefi temelleri, ana hedefler ve stratejileri ile bir rota niteliği taşıdığı (Uluğ, 2018), rehberlik hizmetlerinin ihtiyaçlara yönelik olarak yapılandırılmaya dair zemin taşıyabileceği görüşü okul psikolojik danışmanlarca 2023 Eğitim Vizyon Belgesi'nde, e-portfolio uygulamasının hayata geçirileceği, öğrencileri tanıma ve

becerilerinin üst sınıflara taşınacağı ve bu konuda yönlendirmenin daha kolay yapılabileceği, kariyer planlamanın toplanan veriler ışığında daha kolay olabileceği düşünceleriyle ifade edilmiştir.

Rehber öğretmen teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, 2023 Eğitim Vizyon Belgesi'nde, göç ile gelen öğrencilerin oryantasyonu ve eğitim sistemine uyumu konularında okul psikolojik danışmanlarının vurguları yer almaktadır. Özellikle göç ile gelen öğrencilerin dil problemi, kültürel farklılıkları kısımlarının çözülebilmesi konusunda görev ve sorumluluklarını ifade etmişlerdir. Ancak bu konuda personel eksikliği (norm kadro eksikliği) konusunda yetersiz kaldığını ve travmatik olayların yaşandığını da beyan etmişlerdir.

Ölçme araçları teması altında dikkate değer en önemli vurgu, 2023 Eğitim Vizyon Belgesi'nde, rehberlikte, öğrenci tanıma ve kişilik envanteri çıkarılmasında kullanılan ölçeklerin yerli ve millî kültüre uygun olmadığı, genellikle yabancı kökenli ölçeklerin kullanıldığı, bunun ise tanılama işlemlerinde yanlış sonuçlara neden olduğu şeklinde ifade edilmiştir. Diğer yandan kullanılan ölçeklerin geçerliliklerinin zamanla bittiği ve yeni, kültürümüze özgü ölçeklerin geliştirilmesi gerektiği konusu ciddi bir şekilde vurgulanmaktadır. Çocukların bilişsel özelliklerinin erken dönemde belirlenmesi, yetenek, ilgi ve kapasitelerine uygun eğitim ortamlarının hazırlanması, kendilerine ve ailelerine gerekli danışmanlık hizmetlerinin verilmesi ile yaratıcılıklarının ve üretkenliklerinin desteklenmesi mümkün olabilir (Phillips ve Shonkoff, 2000; Tuğrul ve Duran, 2003). Erken dönemde çocukların bilişsel özelliklerini ölçmeye yönelik testlerin geliştirilmesi gerekmektedir.

PDR Hizmeti teması altında dikkate değer en önemli vurgunun, mevzuatın iyi olmadığı, görev tanımları konusunda boşluklar olduğu, ayrıca okul ortamında rehber öğretmen algılarındaki patolojik sıkıntıların rehber öğretmenlerin çalışmasını olumsuz etkilediği vurgulanmıştır. Özellikle rehberlik hizmetlerinin önemi çok vurgulanmış ve buna göre, vizyon belgesinde, düzeltilme kısımları olumlu karşılanmıştır. Okul psikolojik danışmanlığı işlevlerinin öğrenci temelli olduğu düşüncesinin aksine idarecilerin psikolojik danışmanlara; salonu, koridorları gözetim altında tutmak, sınavlarda gözetmenlik, boş geçen derslere girmek gibi alan dışı verdiği görevler sağlıklı bir rehber öğretmen-öğrenci etkileşimini olumsuz etkileyebilmektedir. (Hatunoğlu ve Hatunoğlu, 2006; Korkut Fidan ve Owen, 2008). Bu sonuçlar bağlamında psikolojik danışmanlık hizmetlerine ilişkin mevzuatın kapsamlı olarak hazırlanması var olanın güncellenmesi ve geliştirilmesi önerilmiştir.

RAM teması altında dikkate değer en önemli vurguda tanılama işlemlerinin önemi bahsedilirken RAM'da çalışacak deneyimli ve nitelikli personel eksikliği ifade edilmiştir. Özellikle 7 farklı bölgede RAM çalışma şartlarının uygunsuz olduğu yani bölgesel farklılıklardan dolayı danışma hizmetlerinin tam olarak yerine getirilemediği beyan edilmiştir. Diğer yandan vizyon belgesinde nitelikli personel ihtiyacı için eğitimler düzenlenmesi olumlu karşılanmıştır. Yapılan araştırmalarda okul psikolojik danışmanları lisans eğitimlerinde yeterli teorik bilgiyle donanmalarına karşın yeterince uygulama yapılmaması nedeniyle okullara geldiklerinde zorluk yaşamakta, kitaplarda anlatılanlar ile gerçekte

olanlar arasında ciddi farklılıklar gözlemlemektedirler (Hamamcı, Murat ve Çoban., 2004; Hatunoğlu ve Hatunoğlu, 2006).

Mesleki Gelişim teması altında vizyon belgesinde yer alan eğitimlerin planlaması olumlu karşılanmıştır. Ancak bütçe yetersizliği nedeniyle istenilen eğitimlerin alınmadığı ve bu konuda bakanlık nezdinde desteklerin olması olumlu karşılanmıştır. Rehberlik öğretmenlerin mesleki gelişimlerinin okuldaki tüm öğretmenlere yarar sağlaması adına önemli olduğu bundan dolayı da PDR niteliklerinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda mesleki ve kişisel gelişimin temel gereklilik olduğu kabul edilmelidir. Teşvik edici olması için, kurslara katılım için, ödüller verilmeli, prim ve kariyer imkânı sunulmalıdır. Yılmaz ve Düğenci (2010); eğitimi zamandan ve mekândan bağımsız yaparak daha geniş kitlelere ulaştırmak için uzaktan eğitim modelleri tercih edilmesinin gereğine vurgu yapmış, Arslan ve Şahin (2013); video konferans yöntemiyle uzaktan eğitimin, yaşanan sıkıntıları aşmada kolaylıklar sağlayabileceğini pandemi döneminde bunun zorunlu hale geldiğini ifade etmişlerdir.

Sınıf Rehber Öğretmenliği teması altında vizyon belgesinde yer alan sertifika verilmesi rehberlik hizmeti ve yapılan işlemlerin tedirginliği vurgulanmıştır. Çünkü rehber öğretmenlerin nitelikleri aldıkları lisans eğitimleri yerine sınıf öğretmenlerine aynı düzeyde değerlendirip sadece bir sertifika ile rehber öğretmeni yerine geçirilme düşüncesi sıkıntılı olabileceği beyan edilmiştir. Diğer yandan sınıf rehber öğretmenleri görevleri gereği zaten okul rehber öğretmenleriyle çok işbirliği içinde olmaları gerektiği ön plana çıkarılmış ve sınıf rehber öğretmenlerinin niteliklerinin artırılması olumlu karşılanmıştır. Terzi, Ergüner-Tekinalp ve Leuwerke (2011)'in yaptığı araştırmada okullarda kapsamlı rehberlik ve psikolojik danışma programının uygulamaya konulması, özellikle uygulamalar arasında bütünlük sağlama, öğrenci gelişimsel ihtiyaçlarını karşılama ve psikolojik danışman kimliğinin ön plana çıkarılması açısından olumlu değerlendirilmektedir.

YÖK İşbirliği teması altında, vizyon belgesinde yer alan, okullarda rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanında, adayların uygulama becerilerinin geliştirilmesine önem verilmesi, niteliğin artırılması ve nitelikli personel yetiştirilmesi konuları olumlu karşılanmıştır. Ancak bu kısmın zaten YÖK'ün görevi olduğu ve ekstra bir iş birliğinin ne olduğu konusunu anlamadıklarını belirtmişlerdir. Bu sonuçlara benzer şekilde Akyıldız, Yurtbakan ve Tok (2019) üniversiteler ile sivil toplum kuruluşları işbirliğinde elverişli koşullar sağlandığı takdirde öğretmenlerin mesleki gelişimlerine yönelik eğitimlerin verilmesinin yararlı olacağını belirtmişlerdir. Bu bağlamda elde edilen sonuçların alan yazınla örtüştüğü görülmüştür.

Toplum hizmeti teması altında, vizyon belgesinde yer alan kısımların uygun ve güzel bir çalışma olduğu vurgulanmıştır. Ancak bu bahsedilen çalışmaların hali hazırda var olduğunu ve gereksiz bir şekilde vizyon belgesinde yer aldığını beyan etmişlerdir. Rehberlik Araştırma Merkezleri (RAM) ile Öze Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezleri özel eğitim ihtiyacı duyan bireylere yönelik çalışma faaliyetleri yürütürken bireysel özellikleri ve eğitim yeterlilikleri açısından anlamlı farklılık gösteren

bireylere yönlendirme, yerleştirme ve izleme hizmetleri sunmakta olup ayrıca bu bireylerin ailelerine aile rehberliği de yapmaktadır. Yine bunların yanında program hazırlama, eğitim seminerleri, araştırma ve yayın gibi görevlerde de bulunmaktadır (Şahin ve Pehlivan, 2006). Okul psikolojik danışmanları bu bahsedilen çalışmaların halihazırda var olduğunu ve gereksiz bir şekilde vizyon belgesinde yer aldığını beyan etmişlerdir.

Kaynaştırma teması altında, vizyon belgesinde yer alan, kısımların uygun ve güzel bir çalışma olduğu vurgulanmıştır. Ancak bu bahsedilen çalışmaların hali hazırda var olduğunu ve gereksiz bir şekilde vizyon belgesinde yer aldığını beyan etmişlerdir. Kaynaştırma temasında öğrencinin merkeze alınması olumlu olarak değerlendirilmiştir. Bu sonuca benzer şekilde Akkaya (2020) 2023 Vizyon Belgesi yöneticiler tarafından, eğitimin tüm paydaşlarını kapsayan ve çocuğu merkeze alan bir felsefesinin olması yönünden ve eğitime dair farklı bir bakış açısı getirmesi nedeniyle nitelikli ve başarılı bulunmuştur. Ayrıca temel eğitim alanında yapılan değişikliklerin eğitime nitelik katması açısından yerinde ve gerekli olduğu ancak daha fazla geliştirilerek uygulanmasının gerekliliği de ulaşılan sonuçlardandır.

Mesleki ve Teknik Rehberlik teması konusunda e-portfolyonun ve genel beceri testi kısımlarının olumlu karşılandığı beyan edilmiştir. Diğer yandan yönlendirme ve rehberliğine ait dijital platformunun olması kariyer planlamada çok kolaylık sağlayacağı bildirilmiştir. Kılıç-Memur (2020) okul psikolojik danışmanları için baş etme, eylemler/etkileşimler, çevresel koşullar ve bazı kişisel unsurlar olmak üzere 4 ana kategoriden ve bunların alt kategorilerinden oluşan bir baş etme modeli oluşturmuştur. Okul psikolojik danışmanların mesleki ve teknik rehberlik temasında çevresel imkânlar ile verimli sonuç elde etme arasında bağlantı kurdukları belirlenmiştir.

Uygulanabilirlik teması konusunda katılımcılar hem olumlu hem de olumsuz beyanlarda bulunmuşlardır. Özellikle uygulanabilirliğini isterken olumsuzluklar olarak yeterli alt yapının sağlanmadığını, yedi ayrı bölgede fırsatların aynı olmadığını, rekor bütçeye ihtiyaç olduğunu beyan ederken; olumlu karşılayanlar ise maddelerin güzel, düşüncenin güzel olduğuna vurgu yapmışlardır. Bu sonuca benzer şekilde Akyıldız, Filiz ve Kayser (2019) tarafından yapılan çalışmada okul yöneticiliğinin mesleki uzmanlık becerisine dayalı profesyonel bir kariyer alanı olarak yapılandırılmasını ve okul yöneticiliğinde yatay ve dikey kariyer uzmanlığının getirilmesini çoğunlukla olumlu karşıladıkları tespit edilmiştir.

Bu çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda şu öneriler geliştirilebilir.

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

1. Bazı katılımcılar vizyon belgesinin uygulanabilirliği ile ilgili tereddütlü yaklaşımları olmuştur. Bu açıdan vizyon belgesinin tüm taraflarca uygulanabilirliğine olan inancın artırılmasına yönelik bilgilendirici çalışmalar yapılması yararlı olabilir.

2. Okul psikolojik danışmanları hem sınıfların kalabalık oluşuna hem de okula erişim sağlamayan öğrencilerin bulunuşuna vurgu yapmışlardır. Vizyon belgesinin hedefleri düşünüldüğünde bu problemlerin çözümü önemlidir. Bu açıdan Bakanlık kalabalık sınıfların mevcutlarını azaltmak için tedbirler almalı, okula erişim sağlanamadığı durumlarda okula devam etmeyen çocukların tespiti yapılmalı ve gereği için taşra teşkilatlarını harekete geçirmelidir.

3. Okul psikolojik danışmanları özellikle üstün yetenekli öğrencilerin belirlenmesinde güncel testlere ihtiyaç duyulduğunu belirtmişlerdir. Bu bağlamda Bakanlık güncel testlerin geliştirilmesi için Üniversitelerle işbirliği içinde çalışmalı ve yeni testlerin geliştirilmesi için girişimlerde bulunabilir.

4. Okul psikolojik danışmanları mesleki ve kişisel gelişimi temel gereklilik olduğu kabul edilmelidir. Hizmet içi eğitimlerin yanında personelin kendisini geliştirmeye itecek motive edici unsurlardan yararlanılmalıdır.

5. Okul psikolojik danışmanlarının ihtiyaç duydukları alanlarda mesleki gelişimlerini sağlayacak tedbirlerin alınması ve süpervizyon desteği sağlanması önerilmektedir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

1. Araştırma nitel yöntemle yapılmıştır. Araştırmacılar vizyon belgesinin işleyişine ilişkin olarak verileri inceleyerek karma yöntemle belgenin etkinliğini değerlendirebilirler.

2. Vizyon belgesi hakkında diğer paydaşların görüşlerine yönelik farklı örneklemeler ile çalışabilirler.

3. Vizyon belgesinin öğretmen aidiyetine, motivasyonuna ve işbirlikçi çalışmasına olan etkisi incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, C. (2020). *2023 Eğitim Vizyonu kapsamında temel eğitimde yapılacak değişikliklere ilişkin yönetici görüşleri* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Akyıldız, S., Filiz, T., ve Kayser, V. (2019). Okul müdürlerinin 2023 Eğitim Vizyon Belgesinde yer alan yöneticilerin mesleki gelişimlerine ilişkin düzenlemelere yönelik görüşlerinin incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 48(1): 793-826.
- Akyıldız, S., Yurtbakan, E. ve Tok, R. (2019). 2023 Eğitim Vizyon Belgesinde yer alan öğretmenlerin mesleki gelişimleri ile ilgili politikaların öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 48(1): 827-852.
- Arslan, H. ve Şahin, T. (2013), Hizmet içi eğitimlerin video konferans sistemiyle verilmesine öğretmen görüşleri, *The Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3, 34-41.
- Baltacı, A. ve Coşkun, M. K. (2019). 2023 Eğitim Vizyon Belgesine ilişkin öğretmen algısı. *Journal of Hasan Ali Yücel Faculty of Education/Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi (HAYEF)*, 16(2): 130-155
- Boncuk, A. (2020). 2023 Vizyon belgesinde öğretmenlik mesleğine ilişkin politikaların öğretmen görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Anatolian Turk Education Journal*, 2(1): 55-73.
- Bozkur, B. (2019). *Okul psikolojik danışmanlığında konsültasyon hizmetleri ve psikolojik danışmanların konsültasyon yeterlik düzeylerinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Örnekleme Yöntemleri*. Erişim Adresi (31 Aralık2020): <http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAYFinalKonulari.pdf>
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma ve Araştırma Tasarımı: Beş Yaklaşımdan Seçim*. London: SAGE.
- Çokamay, G., Kapıcı, E. G. ve Sever, M. (2017). Okul ruh sağlığı hizmetlerinde yaşanan sorunlar: psikolojik danışmanların görüşleri. *Elementary Education Online*, 16(4): 1395-1406.
- Demirci, İ. (2019). Türkiye'nin 2023 Eğitim Vizyonunda psikolojik danışmanlık ve rehberlik hizmetleri. *V. Uluslararası TURKCESS Eğitim ve Sosyal Bilimler Kongresi Tam Metin Kitapçığı*, İstanbul.
- Doğan, S. (2019). 2023 Eğitim Vizyonu Belgesine ilişkin okul yöneticileri ve öğretmen görüşleri. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 8(2): 571-592.

- Doğan, S. (2000). Okul rehberliği ve danışmanlığı alanında çağdaş bir yaklaşım: kapsamlı rehberlik program modeli. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 11(13): 56-58.
- Duran, E. ve Kurt, M. (2019). 2023 Eğitim Vizyonuna ilişkin öğretmen görüşleri. *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi (IJONASS)*, 3(1): 90-106.
- Erlanson, D. A., Harris, E. L., Skipper, B. L., ve Allen, S. D. (1993). *Doing Naturalistic Inquiry: A Guide to Methods*. Newyork: Sage Publications.
- Ertürk, A. (2020). 2023 Eğitim Vizyonu: Sorunlara çare mi? *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*,48: 321-345. doi: 10.9779/pauefd.537273
- Korkut Fidan, F. ve Owen D. W. (2008) Okul psikolojik danışmanlarının rol ve işlevleri: Yöneticiler ve psikolojik danışmanların görüşleri. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41(1): 207-222.
- Hamamcı, Z. Murat, M. ve Çoban, E. (2004) Gaziantep'teki okullarda çalışan psikolojik danışmanların mesleki sorunlarının incelenmesi. *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi. Malatya.
- Hatunoğlu, A. ve Hatunoğlu, Y. (2006). Okullarda verilen rehberlik hizmetlerinin problem alanları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1): 333-338.
- Işık Tokmak, A. (2019). *Okul psikolojik danışmanlarının mesleki doyumlarını etkileyen etmenlerin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kılıç-Memur, H. N. (2020). *Okul psikolojik danışmanlarının görüşmelerde yaşadıkları zorluklarla baş etme süreçleri: bir gömülü desen araştırması* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Koçoğlu, T. (2019). *Özel eğitim öğrencilerinin okul psikolojik danışmanlık ve rehberlik servisi rehberliğindeki eğitiminde bütünleştirici bir yaklaşım örneğinin incelenmesi: kalem özel eğitim modeli* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- MEB (2018). *2023 Eğitim Vizyonu*. Erişim Adresi (11 Ocak 2020): http://2023vizyonu.meb.gov.tr/doc/2023_EGITIM_VIZYONU.pdf [20 Mayıs 2021].
- Mingat, A., Tan, J. P. ve Sosale, S. (2003). *Tools for Education Policy Analysis* (Vol. 1). World Bank Publications.
- Neuman, W. (2007). *Sosyal Araştırma Yöntemlerinin Temelleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Boston: Allyn ve Bacon.

- Öz-Soysal, F. S., Uz Baş, A. & Aysan, F. Okul psikolojik danışmanlarının psikolojik danışma yaklaşımlarına ilişkin görüşleri. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 6(46), 53-69
- Özmen, A. (2019). 2023 Eğitim Vizyonu ve rehberlik hizmetleri üzerine bir değerlendirme. F. Tanhan (Ed.), *Türkiye Eğitim Vizyonu Üzerine Değerlendirmeler*, Ankara: Pegem Akademi, 277-290.
- Patton, M. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd Ed.). London: Sage Publications.
- Phillips, D. A., ve Shonkoff, J. P. (Eds.). (2000). *From Neurons to Neighborhoods: The Science of Early Childhood Development*. National Academies Press.
- Şahin, C. ve Pehlivan G. (2006). Kırşehir Rehberlik ve Araştırma Merkezi özel eğitim bölümünde incelenen öğrencilerin çeşitli değişkenlere göre nitelikleri. *Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1): 175-189.
- Tagay, Ö., ve Çakar, F. S. (2017). Okullarda yürütülen psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerine ilişkin okul psikolojik danışmanlarının görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(3): 1168-1186.
- Terzi, Ş., Tekinalp, B. E. ve Leuwerke, W. (2011). Psikolojik danışmanların okul psikolojik danışma ve rehberlik hizmetleri modeline dayalı olarak geliştirilen kapsamlı psikolojik danışma ve rehberlik programını değerlendirmeleri. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(1): 51-60.
- Tuğrul, B. ve Duran, E. (2003), Her çocuk başarılı olmak için bir şansa sahiptir: zekânın çok boyutluluğu çoklu zekâ kuramı, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 24.224–233.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitim bilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilir nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 6(4): 543-559.
- Uluğ, F. (2018, Aralık). Bir Politika Belgesi Olarak 2023 Eğitim Vizyonu. N. Taşcıoğlu (ed.), X. *Uluslararası Eğitim Denetimi Kongresi* içinde (14-26. ss.). Ankara.
- Uzbaş, A. (2010). Okul Psikolojik danışmanlarının okulda saldırganlık ve şiddete yönelik görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (18): 90-110.
- Uyan, S. (2018) 2023 Eğitim Vizyonu. *Türkiye Gazetesi*. <https://www.turkiyegazetesi.com.tr/yazarlar/salih-uyan/604886.aspx> Erişim Adresi: (28 Ocak 2021).
- Ülgen, H., ve Mirze, S. K. (2010). *İşletmelerde Stratejik Yönetim* (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Ültanır, E. (2000). Okul psikologluğu ve okul psikolojik danışmanlığı. *Milli Eğitim Dergisi*, 148: 9-16.

- Ünal, O., ve Koç, A. (2019). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin 2023 Eğitim Vizyonuna yönelik görüşlerinin incelenmesi. *Journal of Innovative Research in Social Studies*, 1(2): 64-79.
- Yerin-Güneri, O. Y., Kavas, A. B., ve Koydemir, S. (2007). Okul psikolojik danışmanlarının profesyonel gelişimi: acemilikten olgunlaşmaya giden zorlu yol. R. Özyürek, F. Korkut Owen ve DW Owen (Editörler). *Gelişen Psikolojik Danışma ve Rehberlik, Meslekleşme Sürecinde İlerlemeler, 1*, Ankara: Nobel Yayın, 139-161.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (9. bs.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, H. ve Düğenci, M. (2010). Hizmet içi eğitime farklı bir yaklaşım: e-hizmet içi eğitim. *Akademik Bilişim '10-XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*. Muğla Üniversitesi, Muğla.

Geliş Tarihi:

26.04.2022

Kabul Tarihi:

15.12.2022


Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Çakan, C. D., & Altınışık, E. Ö. (2022).
Pandemi dönemi borsa etkinliği ve bibliyometrik
analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal
Bilimler Dergisi*, 21(45), 1173-1196.
doi: 10.46928/iticusbe.1109186


PANDEMİ DÖNEMİ BORSA ETKİNLİĞİ ve BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Araştırma

Canan Dağdır Çakan 

Marmara Üniversitesi

cdagidir@marmara.edu.tr

Esengül Özdemir Altınışık 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Düzce Üniversitesi

esengulaltinisik@duzce.edu.tr

Canan Dağdır Çakan, Marmara Üniversitesi Finansal Bilimler Fakültesi'nde Dr. Öğrt. Üyesi'dir. Ekonomi, finansal iktisat, bankacılık, sermaye piyasası alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yapmaktadır.

Esengül Özdemir Altınışık Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde Araştırma Görevlisi'dir. Marmara Üniversitesi'nde Bankacılık alanında doktora yapmaktadır. Banka ve sigortacılık, ekonometri, makroekonomi, finans, para-banka alanlarında araştırmalar yapmaktadır.

PANDEMİ DÖNEMİ BORSA ETKİNLİĞİ ve BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Canan Dağdır Çakan,
cdagidir@marmara.edu.tr
Esengül Özdemir Altınışik
esengulaltinisik@duzce.edu.tr

Özet

Dünyada, Covid-19 pandemi dönemi ile global ölçekte ortaya çıkan ve ekonomiler açısından olağanüstü hal oluşturan bir panik havası meydana gelmiştir. Bu sancılı sürecin yönetiminde devletler ve yatırımcılar açısından atılan adımlarda korku ve panik havası yaşanmıştır. Korku ve endişe gibi yoğun duygular, piyasalarda oluşan tepkileri ve yatırımcı davranışlarını finansal piyasalara hızla aktarmaktadır. İnsan yaşamına doğrudan etkisi olan olumsuz düşüncelerin ve beklentilerin, borsa yatırımcısının kararları üzerinde oluşturdukları tepkiler ve türev piyasalarda işlem yapan küçük ya da büyük ölçekli yatırımcıların kararları doğrudan finansal sistemlere yansımaktadır.

Amaç: Bu çalışmada yatırımcıların kararları, hisse senedi tercihleri, borsa üzerindeki işlemleri konu alan ve Covid-19 sürecinde devletlerin teşviklerini inceleyen çalışmalar araştırma konusu olarak ele alınacaktır.

Metodoloji: Literatürde yer alan çalışmalar R Biblioshiny Programı ve VOSviewer Programı aracılığıyla görsel haritalama teknikleri kullanılarak derlenmiştir. Covid-19'un hangi alanlarda daha çok çalışıldığı, hangi ülkelerin kelime grupları ile bir çalışma ortaya koydukları bibliyometrik analizler aracılığıyla bu çalışmada görselleştirilmiş olup performans analizi oluşturulmuştur.

Bulgular: Covid-19'un neden olduğu pandemi döneminde 2020-2022 yılları arasında borsa etkinliği ve yatırımcı davranışları kavramlarını işleyen 2282 çalışma incelenmiştir. Bu çalışmalarda korku ve tedirginliğin tüm sektörleri etkilediği bu durumun bir anomali olarak algılandığı görülmektedir. Kelime analizinde en sık rastlanılan araştırma konuları Covid-19, borsa, oynaklık, bulaşma, yayılma, hisse senedi piyasası, endişe, belirsizlik, getiri, ekonomik politikalar olmuştur. Pandemi öncesi dönemde de yer alan yatırımcıların davranışları üzerinde duran çalışmalar pek tabii literatürde yer almakta ve bu çalışmalarda da belirsizlik, endişe, getiri, oynaklık gibi kullanım sıklığı yoğun kelimeler bulunmaktaydı. Ancak insan psikolojisini derinden sarsan korkutucu bir salgın tüm sektörlerde ve piyasalarda korku hissini yoğunlaştırdığından, özellikle pandemi dönemi yatırımcı ve borsa çalışmaları kelime bulutları aracılığıyla incelenmek istenmiş ve ilgili frekansların yoğunluğu ile beklentiler doğrulanmıştır. VOSviewer Programının çıktıklarına göre en fazla çalışmanın yapıldığı ülkeler Çin, Fransa, Tunus, ABD, Hindistan'dır. Yoğunluk haritasına göre Hindistan, Malezya ve Türkiye'de çalışmaların sayısı giderek artmaktadır. Tematik haritalamada Covid-19'un oldukça çalışılmış ve iç bağları kuvvetli temalar arasına girdiği tespit edilmiştir.

Özgünlük: Literatürde Covid-19'un borsa etkinliği ve yatırımcı kararları üzerindeki etkilerini bibliyometrik analiz yoluyla incelendiği çalışma sayısı oldukça azdır. Kelime analizleri, temel tanımlayıcı istatistik bulguları, tematik haritalama, yoğunluk ve bağlantı haritalarından elde edilen bulguların performans analizi yapılarak pandemi gibi olağanüstü durumların iyi bir şekilde analiz edilmesi yatırımcı davranışlarının ve beklentilerinin öngörülmesi ve yönetilmesi açısından önemli bir fırsat vermektedir. Bu çalışma ile literatürdeki ilerleme ve çalışma eğilimleri ortaya konularak yeni araştırmalar için yol haritası oluşturması, üretilecek politikalar için katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Pandemi, Borsa, Bibliyometrik Analiz, Biblioshiny, VOSviewer, Gelecek Öngörü

JEL Sınıflandırması: C82, E44, D89

STOCK MARKET EFFICIENCY AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS IN THE PANDEMIC PERIOD

Abstract

There has been an atmosphere of panic in the world that has arisen on a global scale with the Covid-19 pandemic period and has created a state of emergency for economies. There has been an atmosphere of fear and panic at the steps taken by states and investors in the management of this painful process. Intense emotions such as fear and anxiety quickly transfer market reactions and investor behavior to financial markets. The negative thoughts and expectations that have a direct impact on human life, the reactions they create on the decisions of the stock market investor, and the decisions of small or large-scale investors trading in derivatives markets are directly reflected in the financial systems.

Purpose: studies on investors' decisions, stock preferences, transactions on the stock market, and studying the incentives of states in the Covid-19 process will be considered as research topics.

Methodology: The studies in the literature have been compiled using visual mapping techniques through the R Biblioshiny Program and the VOSviewer Program. In this study, which areas of Covid-19 are being studied more, which countries have revealed a study with word groups have been visualized through bibliometric analyses and performance analysis has been created.

Findings: During the pandemic caused by Covid-19, 2282 studies Deciphering the concepts of stock market activity and investor behavior were studied between 2020 and 2022.

In these studies, it is seen that fear and anxiety affect all sectors and this situation is perceived as an anomaly. The most common research topics in word analysis have been Covid 19, stock market, volatility, contagion, spread, stock market, anxiety, uncertainty, returns, and economic policies. Studies focusing on the behavior of investors in the pre-pandemic period also appeared in many literature, and in these studies, there were words with high frequency of use such as uncertainty, anxiety, yield, volatility. However, since a frightening epidemic that deeply shook human psychology intensified the feeling of fear in all sectors and markets, especially during the pandemic period, investor and stock market studies were asked to be examined through word clouds and expectations were confirmed by the intensity of the relevant frequencies. According to the results of the VOSviewer Program, the countries where the most work is done are China, France, Tunisia, the USA, India. According to the density map, the number of studies is gradually increasing in India, Malaysia and Turkey. In thematic mapping, Covid-19 has been studied quite Decisively and it has been found that it falls among the themes with strong internal ties.

Originality: The number of studies in which the effects of Covid-19 on stock market activity and investor decisions have been examined through bibliometric analysis is quite small in the literature. Word analysis basic descriptive statistics findings, thematic mapping, density and performance analysis of the findings obtained from the connectivity map by pandemic an emergency situation, such as anticipating and managing their expectations in terms of important and a good analysis of investor behavior provides an opportunity. With this study, progress and study trends in the literature are revealed and it is expected to create a roadmap for new research and contribute to the policies to be produced.

Keywords: Covid-19, Pandemics, Stock Market, Bibliometric Analysis, Biblioshiny, VOSviewer, Further Outlook

JEL Classification: C82, E44, D89

GİRİŞ

Küresel ölçekte büyük bir salgının başlaması sebebiyle Dünya üzerinde tüm ülkeler acil durum planlarını uygulamaya koymuştur. İspanyol gribi salgını sonrası küresel ölçekte yaşanan bu salgın ülke ekonomilerinde panik havası estirmiştir. Pandemi olarak adlandırılan ve ilk olarak Çin'in Vuhan eyaletinde ortaya çıkan Covid-19 salgını, Türkiye'de 11 Mart 2020 itibariyle görülmüştür. Koronavirüs kaynaklı hastalık (Covid-19), insan varlığının özüne saldıran bir sosyal ve ekonomik kriz olarak kayıtlara geçmiştir. Dünya çapında kontrolsüz bir şekilde yayılmaya devam etmiş; 11 Mayıs 2020 itibariyle, dünya çapında 2,403,888 kişi enfekte olmuştur (WHO, 2020), Mayıs 2022 itibariyle enfekte olan kişi sayısı ise 526,816,398 kişidir. Koronavirüs salgını başlangıcından Mayıs 2022'ye kadar toplam vefat sayısı ise 6,299,106 kişidir (WHO, 2022; Worldometers, 2022). Salgının Haziran 2020'de zirveye ulaşacağı ve yalnızca Temmuz 2020'den itibaren azalacağı tahmin edilirken farklı varyantların ortaya çıkması (WHO, 2020; WHO, 2021) ile Covid-19 pandemisi nüfusun tüm kesimlerini, özellikle yaşlılar, güçsüzler, engelliler, marjinalleşmiş ve yoksullar gibi savunmasız grupları etkilemiştir (Donthu ve Gustafsson, 2020, s.287). Pandemik salgına yanıt olarak, birçok ülkenin liderleri ekonomiyi kurtarmadan önce ülkelerinde ani veya aşamalı kapanmalar ilan ederek hayat kurtarmaya karar vermişlerdir. “Sosyal mesafe” ve “evde izolasyon” gibi politikalar bir gecede uygulanmış ve bu da endüstrilerdeki birçok işletmeye ve tüm sektörlerde ciddi zararlar vermiştir (Donthu ve Gustafsson, 2020, s.285-289; Leite, vd., 2020, s.2-3). Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ, 2020) göre, dünya ticareti zaten 2019'te bir düşüş yaşamış ve ardından Covid-19 pandemisi küresel bir finansal krizi hızlandırmıştır. Erken tahminler, büyük ekonomilerin Covid-19 pandemisi (DTÖ, 2020) nedeniyle 2020 yılında gayri safi yurtiçi hasıllarının (GSYİH) yaklaşık yüzde 2,4 ila 3,0'ını kaybedeceğini öngörmüştür (Verma ve Gustafsson, 2020, s.253). Bu durum ülkeler ve yatırımcılar üzerinde olumsuz etkiler meydana getiren birtakım öngörüler sunulmuştur. Ancak günümüzde tüm etkiler azalarak yok olmaya başlarken küresel ekonomi görünümleri raporları devletler tarafından ve bazı önemli istatistik kuruluşları tarafından beklenen kötü senaryo kadar bir durum olmadığını ifade etmiştir Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanan Dünya Ekonomisindeki Son Gelişmeler adlı çalışma 2021 yılı son çeyreğinde tüm yıl dahil küresel ölçekte yüzde 5,8 oranında bir büyüme gerçekleştiğini açıklamıştır (SBB, 2021, s.3). Tüm bunlar yine de beklenen salgın öncesi hedeflerden geri planda kalındığı gerçeğini gizleyemez.

Covid-19 dünyanın dört bir yanındaki işletmeleri daha farklı ve daha esnek yollarla çalışmaya itmiştir. Tüm sektörlerdeki işletmeler, gerçek zamanlı karar alma, işgücü verimliliği, iş sürekliliği ve güvenlik riskleri gibi konularda eski zorluklara yanıt olarak önceliklerini değiştirmek durumunda kalmışlar, salgının getirdiği yeni zorluklar, geleceğe temel oluşturmaya çalışırken işletmelerin de dayanıklılığını test etmiştir (Verma ve Gustafsson, 2020, s.253; Ivanov, 2020, s.2). ‘En çok risk altındaki’ sektörlerin, işletmelerin ve popülasyonların, hastalığın 'temel sosyal nedenlerini' (Link ve Phelan, 1995) ihmal etmemesini sağlamak için ciddi kısıtlama ve tedbirlerin uygulanması Covid-19 salgınının

başlangıcından zirve yaptığı döneme kadar ekonomiyi zorlayıcı etkilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Dünya genelinde yaşanan ani kapanmalar ve katı kısıtlamalar sebebiyle oluşan panik finansal sistemler üzerinde baskı ve istikrarsızlık yaratmıştır. Pandemi ile ilgili haberler özellikle finansal piyasalarda aktif rol alanlar ve yatırımları olan kişilerin davranışları üzerinde etkiye sebep olmuştur (Sharma vd., 2020, s.189-200). Buradan hareketle herhangi bir sektörün normal akışı bozulduğunda ya da bir aksaklık yaşandığında, olayın ilk yansıması ilgili sektörün borsasında gözlemlenmektedir. Ekonomik karamsarlığın yayıldığı bu dönemde, özellikle borsalar, yatırımcı kararlarına bağlı olarak işlem gördüğü için insan davranışlarının davranışsal finansa dem vurarak ne derece önemli olduğunu bir kere daha ortaya koymuştur. Borsa üzerinde işlem kabiliyeti olan her kullanıcı Covid-19 salgın tehdidi içerisinde işlem hareketlerine kaygı ve endişenin kısıt getirdiğinin birer temsili olarak örnek gösterilmişlerdir.

Covid-19 döneminde özellikle borsa, hisse senedi, yatırımcı tercihi konularında yapılan inceleme ve araştırmaları içeren çalışmalar değerlendirildiğinde; alanın hangi kelime grupları ile ifade edildiği, hangi kısıtların daha yoğun kullanıldığı öğrenilebilir. Bibliyometrik analiz ve veri görselleştirme yöntemleri sorunları ve temaları tespit etmede kullanılan araçlardan biridir.

LİTERATÜR

Covid-19'un hızla artarak geniş bir alana yayılması ve bir pandemiye dönüşmesi birçok ülkede salgınla mücadele kapsamında büyük sosyal kısıtlamaları neden olmuş, sağlık krizi olarak başlayan bu süreç ekonomik sorunları beraberinde getirmiştir. Kaygı ve endişenin hâkim olduğu bu dönemde iktisadi faaliyetlerin durma noktasına gelmesi insan yaşamını ve birçok sektörü olumsuz etkilemiştir. Covid-19'un yarattığı yeni koşullar ve bunların etkileri politika yapıcıların ve araştırmacıların ilgi odağı olmuştur. Bu bölümde literatürde sayıları giderek artan Covid-19 ana temalı çeşitli çalışmalara yer verilmiştir.

Al-Awadhi ve diğ., (2020) bulaşıcı hastalıklar ile borsa sonuçları arasındaki ilişkiyi bulmayı amaçlamışlardır. Çalışmada panel verileri kullanılmış ve Covid-19 salgının Çin borsası üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, teyit edilen vakaların ve ölümlerin günlük artış oranının, farklı şirketlerde hisse senedi getirilerine zarar verdiğini göstermiştir.

Baker ve diğ., (2020) ABD borsasının Covid-19 tepkisini analiz etmişlerdir. İspanyol Gribi de dâhil olmak üzere daha önceki hiçbir pandeminin borsalar üzerinde Covid-19 pandemisine kıyasla daha önemli bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. 24 Şubat - 24 Mart 2020 tarihleri arasında 22 işlem gününde 18 piyasa sıçraması yaşandığını tespit etmişlerdir. Bu anormal hareketin arkasındaki nedenin koronavirüs pandemisinin kapanmalar ve hissedarlar arasında gerginliğe neden olan üretim kesintileri gibi politika tepkisinin bir sonucu olarak değerlendirilmiştir.

Topcu ve Gulal (2020) çalışmalarında Covid-19'un 10 Mart – 30 Nisan 2020 döneminde gelişmekte olan borsalar üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Gelişmekte olan hisse senedi piyasalarında salgının olumsuz etkisinin giderek düştüğü ve Nisan ortasında azalmaya başladığını ortaya koymuşlardır. Ayrıca bölgesel sınıflandırma açısından salgının etkisi Asya'nın gelişmekte olan piyasalarında en yüksek seviyedeysen, Avrupa'daki gelişmekte olan piyasalar en düşük seviyeyi yaşamıştır.

Liu ve diğ., (2020) koronavirüs salgınının Japonya, Kore, Singapur, ABD, Almanya, İtalya ve İngiltere gibi büyük etkilenen ülkelerdeki 21 önde gelen borsa endeksleri üzerindeki kısa vadeli etkisini değerlendirmişlerdir. Literatürde yapılan araştırmalar sonucu bulaşıcı hastalıkların sonuçları dünya çapında borsaları doğrudan etkilemektedir. Vaka çalışması yöntemi kullanarak, Covid-19 ile borsaların hızla düştüğünü göstermişlerdir. Asya'daki ülkeler diğer ülkelere kıyasla daha olumsuz anormal getiri yaşamışlardır. Panel veri analizi yöntemiyle, Covid-19'un teyit edilmiş vakalarının hisse senedi göstergeleri üzerindeki olumsuz etkisini de desteklemiştir. Ayrıca yatırımcıların karamsar duygularının borsalar üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Verma ve Gustafsson (2020) çalışmalarında WoS ve Scopus da yayınlanan 107 makale ile incelemede bulunmuşlardır. Yayınlanan literatürün analizinde dört ana araştırma konusu ve 18 alt tema belirlemişlerdir. Bu çalışmanın bulguları ve önermeleri ise Covid-19'un birçok uzun ve kısa vadeli politika değişikliğinin katalizörü olacağını ve araştırmacıların teorik ve ampirik dikkatini gerektirdiğini göstermektedir.

Arslan ve diğ. (2021), çalışmalarında Covid-19'un borsalar üzerindeki pandemi sonrası etkilerine ilişkin araştırma eksikliğini gözlemlemişlerdir. Bu nedenle, gelecek çalışmaların pandemi sonrası stratejilerin hisse senedi piyasaları üzerindeki etkilerini araştırılmasını önermektedirler.

Chowdhury ve diğerleri (2021) tarafından yapılan çalışmada Covid-19'un borsalar ve diğer ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisini ölçmek için Asya, Avrupa, Kuzey Amerika ve Afrika gibi dört kıtayı kapsayan 12 farklı ülkeden günlük verileri kullanmış ve veri uzunluğunu her ülke için 45 gün almışlardır. Sonuca ulaşmak için hem olay inceleme yöntemi (Event Study Method - ESM) hem de panel vektör otoregresif (PVAR) modelleri uygulamışlardır. Covid-19'un borsalar üzerindeki etkisini ölçmek için her ülkenin ana hisse senedi endeksi seçilmiştir. Analizden elde edilen sonuçlar göre kapanma günleri ve hasta – vefat sayıları hisse senetleri üzerinde tüm ülkelerde önemli ölçüde etkili olmuştur.

Buszko ve diğerleri (2021) Orta ve Doğu Avrupa'nı önemli pazarlarından biri olan Varşova Menkul Kıymetler Borsası'nda çeşitli sektörlerde pandeminin etkilerini farklı alternatif dönemler ile analiz etmiştir. 16 sektörün finansal istikrarını ölçmek için kümeleme yöntemlerinden K- araçları ve Ward teknikleri kullanılmıştır. Analizden elde edilen sonuçlara göre pandeminin ortaya çıktığı dönemde borsada oynaklığın arttığı, teknoloji sektörü, inşaat sektörü, oyun ve medya sektörleri hariç tüm sektörlerin karlılıklarının düştüğü bulunmuştur. Tüm sektörler ve analiz edilen tüm dönemler için

gayrimenkul sektörü en düşük ve negatif değerlere ulaşırken, ilaç sektörü ve görece giyim sektörü daha iyi bir performans göstermiştir.

Golmohammadi ve Fazelabdolabadi (2021) Covid-19'un hisse senedi piyasasına etkisini incelediği çalışmasında 13 borsada küresel hisse senedi piyasalarındaki bilgi akışını etkin transfer entropisi yaklaşımı ile analiz etmişlerdir. Dünya çapında işlem göre 2200 firmanın hisse sentlerinde günlük fiyat hareketleri pandeminin ilan edildiği 30 Ocak 2020 dikkate alınarak salgın öncesi ve sonrası olarak iki dönem halinde analiz edilmiştir. Avustralya, Brezilya, Kanada, Japonya ve ABD bilgi akışında en büyük değişikliğin yaşandığı piyasalar olurken, Asya pazarlarında ise daha az fark edilir bir değişim olmuştur.

Alam ve diğ. (2021) Avustralya borsasında pandeminin etkilerini analiz etmek için Olay Etüdü Yöntemini kullanarak hisse senedi fiyatları ile ekonomik olaylar arasındaki ilişkiyi 8 sektör üzerinden araştırmıştır. Avustralya'da ilk vakanın görüldüğü tarih 27 Şubat 2020 dikkate alınarak 120 günlük tahmin penceresi ve 10 günlük bir olay penceresi kullanılmıştır. Duyurulara bağlı olarak hisse senedi piyasasında kısa vadeli dalgalanmalar yaşanmış, yatırımcıların gıda, ilaç ve sağlık sektörüne ilgisi artarken başta telekomünikasyon, ulaştırma sektörlerinin zayıf performans gösterdiği tespit edilmiştir.

METODOLOJİ

Bibliyometrik Analiz ile Borsa Literatürünün Covid-19 Pandemi Dönemi İncelemesi

Bibliyometrik analiz, disiplinlerin sosyal, entelektüel ve kavramsal yapılarına dayalı olarak konular, yazarlar ve kelime grupları dahil olmak üzere araştırma alanlarını incelemek için kullanılan bir yaklaşımdır (Donthu vd, 2020, s.1-14; Verma ve Gustafsson 2020, s.253-261). Bibliyometrik analizler, bilimsel haritalama için önemli analiz yöntemlerindedir. Dinamik olarak değişen bilimsel bilgi sistemi içinde entelektüel bağlantıların temsillerini bulmaya çalışmaktadır (Cobo vd., 2011, s.1382; Small 1997, s.1).

Bibliyometri bilimi, objektif ve güvenilir analizler sağlamaktadır. Yeni bilginin, kavramsal gelişmelerin ve verilerin hacmi, bibliyometrinin geniş bir bilgi külesine yapılandırılmış bir analiz sunarak, zaman içindeki eğilimleri, araştırılan temaları ortaya çıkararak, disiplinlerin sınırlarındaki değişiklikleri tespit ederek, en fazlasını saptayarak faydalı hale geldiği ortamları dizilemektedir. Ayrıca üretken bilim adamlarını ve kurumları; kapsamlı araştırmaların "büyük resmini" sunmak için dizayn edilmiş motif örgülerini kullanmaktadır (Aria ve Cuccurullo, 2017, s.959; Crane, 1972, s.1-213).

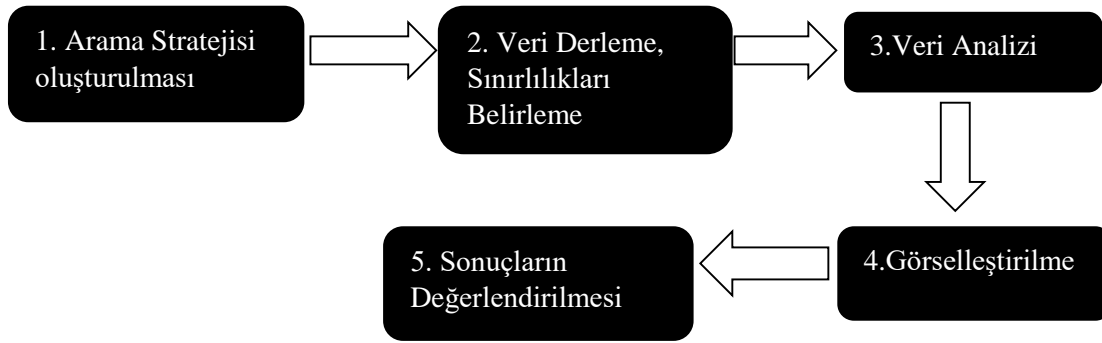
Bibliyometrik analizlerde kullanılan programların birbirlerinden farklı analiz yöntemleri ve algoritmaları bulunmaktadır (Cobo vd.,2011, s.1383). Farklı çalışmalar için kullanılacak olan bazı programlar; R-packages for bibliometrics(Aria ve Cuccurullo,2017), CitNetExplorer (van Eck ve Waltman, 2014), VOSviewer(van Eck ve Waltman, 2010), SciMAT (Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma ve Herrera, 2012), BibExcel (Persson, Danell ve Schneider, 2009), Science of Science (Sci2) Tool (Sci2 Team, 2009), CiteSpace (Chen, 2006) ve VantagePoint (www.thevantagepoint.com)' dir.

Her bir veri için kullanılan programlar eğer farklı ise farklı sonuç ve yorumlar oluşturabilmektedir. Bu nedenle çalışma stratejisi ve çalışma programının şeffaflıkla belirtilmesi önem arz etmektedir.

Bibliyometrik analizlerde örneklem sayısına önem verilmektedir. Literatür incelendiğinde genellikle 50 üzeri örneklem boyutu ile çalışıldığı ve daha iyi bir korelasyon sonucu ortaya koyduğu gözlemlenmiştir (Seglen, 1994, s. 5-9). Örneklem boyutunun büyük olması algortima çözümlemesini kolaylaştırmaktadır (Rogers, Szomszor, Adams, 2020, s.778). Çalışmada, Covid-19 pandemi sürecinin yeni bir süreç olması sebebiyle literatür oluşumu henüz başlamıştır. Bu nedenle çalışmada N=2282 olacak şekilde örneklem boyutu kullanılmıştır.

Bilim haritalama analizinde genel iş akışının farklı adımları vardır: çalışma dizaynının belirlenmesi, veri alma, veri derleme, ağ analizi oluşturma (veri analizi), normalleştirme, bulguları görselleştirme ve değerlendirme. Bu çalışmaların veri tabanları olarak kullanılabilen kaynaklardan birkaçı ise; Web of Science (WoS) veya Scopus (Cobo, vd., 2011, s.1) gibi kaynaklardır.

Bibliyometrik Analiz İş Akış Şeması'nda da gösterildiği gibi iş akışı beş aşamadan oluşmaktadır.



Şekil 1. Bibliyometrik Analiz İş Akış Şeması

Kaynak: Cobo M. J., López-Herrera A. G., Herrera-Viedma E., and Herrera F. (2011), “Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools”. Journal of the American Society for Information Science & Technology. vol.62, no.7, 1382–1402, doi: 10.1002/asi.21525

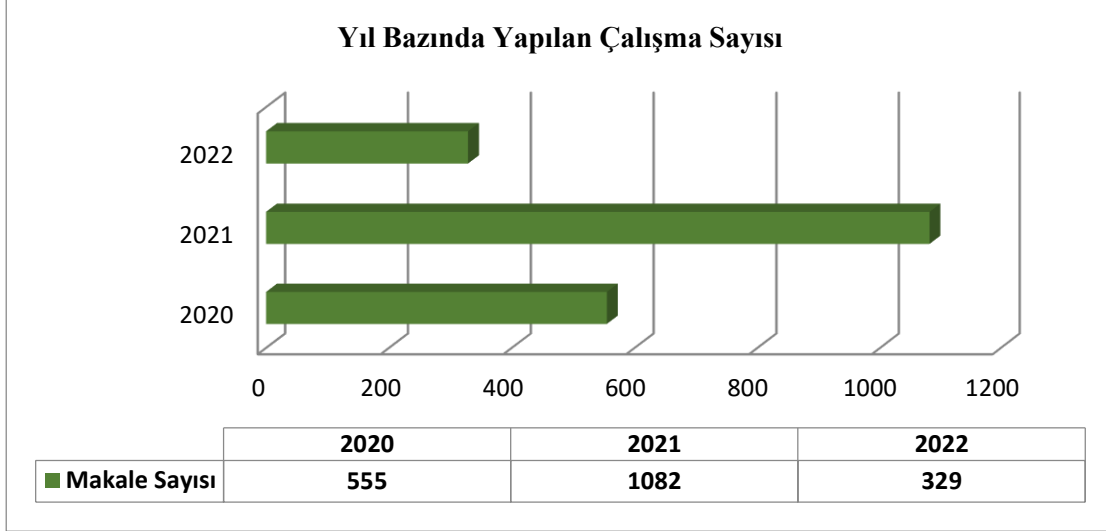
Çalışmanın Sınırlılıkları: Bu çalışmada WOS Core Collection veri tabanına ait indekslerden sadece SSCI, SCI-Expanded, ESCI indekslerine ait çalışmalar bibliyometrik analize dâhil edilmiştir. Diğer indekslerin çalışmaya dahil edilmemesinin sebebi nitelikli çalışmalara yoğunlaşma isteğidir. Çalışmada sadece makale (article) ve tebliğ (paper) olanlarla sınırlandırılmıştır. Bu veri tabanında Covid-19 ortaya çıktıktan sonra yapılan çalışmaları belirlemek için 2020 Mart sonrası veriler analize dâhil edilmiştir. Daha ileri çalışmalar için zaman ilerledikçe birden fazla veri tabanından (Scopus, Google Scholar, Willey, Proquest ve Dimension gibi) ham veri elde edilerek yeni bir çalışma yapılmasında fayda vardır. Bulgu Sonuçlarının Değerlendirilmesi; sonraki çalışmalara yol gösterici olacak şekilde analiz sonuçları yöntem ve teknik açısından yorumlanmıştır.

Bibliyometrik analizlerin bir arama stratejisi ile oluşturulması gerekmektedir. Uygun veri tabanı belirlendikten sonra, arama stratejisi ile yol almak gerekmektedir (Martínez-López vd., 2018, s.441).

Bibliyometrik çalışmalar oluşturulurken farklı veri tabanlarından uygun programlar aracılığıyla yararlanılmaktadır. Yurt dışında kaynak kullanımı ve veri tabanı uygulamaları oldukça yaygın ve güvenilir veriye erişim imkânı uygulanabilir olduğu için bu tarz çalışmalar yapılırken yabancı veri tabanları tercih edilmektedir. Türkiye’de ise veri tabanları konusunda kısıt oluşmakta ve veri derlenmesi aşamasında sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu durum çalışma için sınırlılıklarla karşılaşılmasına sebep olmaktadır. Ayrıca araştırma konusunun Covid-19 olması ve borsa üzerine etkilerinin incelenmesi sebebiyle özellikle bu çalışmada yurt dışı veri tabanlarından biri olan ve oldukça etkin kaynak kullanımı sunan Web of Science Core Collection kullanılmıştır. Çalışmanın arama stratejisi ise; Web Of Science veri tabanından aratılarak: Konu "covid-19 and equity", "stock market*"; "covid 19", "coronavirus", "COVID" olacak şekilde “OR” bağlacı ile aratılmıştır. Belge türleri ise “Articles” or “Review Articles” olarak seçilmiştir. Dil ise İngilizce olarak belirlendikten sonra 2020 – 2022 yılları arası yayınlanan dergilerden “Social Sciences Citation Index (SSCI) or Emerging Sources Citation Index (ESCI) or Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) (Web of Science Index) and English (Languages) and Social Sciences Citation Index (SSCI) or Emerging Sources Citation Index (ESCI) or Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) (Web of Science Index)” olanlar seçilmiştir.

Bilimsel çalışmaların sayısı hızla artmaktadır. Yayınlanmakta olan her bir çalışma ile güncel kalmak giderek daha imkânsız hale gelmektedir (Aria ve Cuccurullo, 2017, s.959). Covid-19 pandemi sürecinin ortaya çıkmasından bugüne kadar kısıtlı zaman içerisinde ve kısıtlı veriler ışığında, bilim üretmeye devam etmektedir. Bu nedenle çalışmaların Covid-19 pandemi süreciyle gelişme yönü tayin etmek için bibliyometrik araştırma alanı oluşturulmuştur.

2020’den 2022’ye doğru “Covid-19 ve Borsa” ile ilgili çalışmalar ile alan yazına katkı sağlanmış ve yayınlanmış çalışmaların sayıları WoS veritabanını baz alındığında Şekil 2. karşımıza çıkmaktadır. Salgının henüz yeni yeni hayatımıza girdiği 2020 yılı itibariyle yayınlar alana sunulmaya başlanmış ve etkilerinin zirve yaptığı 2021 yılında 1082 eser ile zirveyi yakalamıştır. 2022 yılı henüz sona ermediği için katkı sınırlı sayıda görünmektedir.



Şekil 2. Covid-19 ve Borsa Kelimelerini İçeren Yayınlanmış Çalışma Sayıları
Kaynak: R programı ile derlenip, MS Excel’de oluşturulmuştur.

BULGULAR

Çalışmada Covid-19 pandemi sürecinin Borsaya etkilerinin bibliyometrik analizinden elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir:

a. Tanımlayıcı Genel İstatistikler: Tablo 1’e göre; çalışmanın zaman aralığı 2020 – 2022 yılları arasındaki çalışmaları içermektedir. Bu tabloda makale,bildiri gibi eserlerin sayısı, yazar başına atıf sayısı, ortak çalışmaların sayısı, işbirliği endeksi bilgilerine yer verilmiştir. Bu çalışmaların 1964 tanesi makale olarak karşımıza çıkmaktadır. Yayın başına düşen ortalama atıf sayısının ise 11,86 oranında olduğu görülmektedir. Atıf sayısının 2 yıl gibi kısa bir sürede bu kadar yüksek olması konunun oldukça önemli olduğu ve çalışıldığı yorumunu akıllara getirmektedir.Alan yazında birlikte çalışma endeksi 3,63 olarak 3 ya da 4 yazarın birlikte hareket ettiğini göstermektedir.

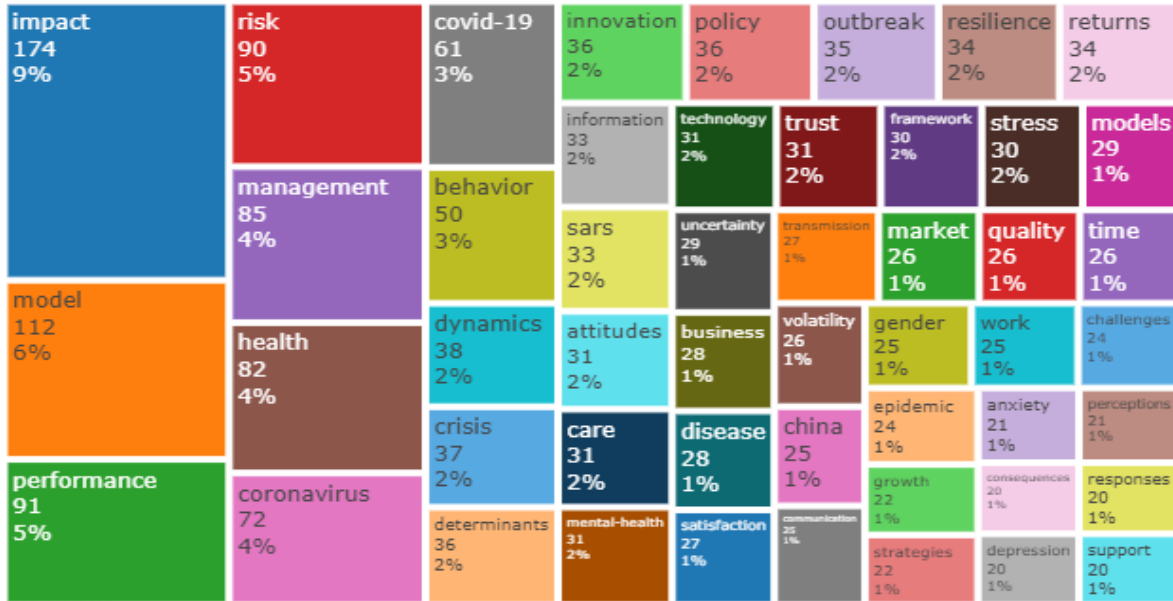
Tablo 1. Genel Bilgiler Tablosu

Genel Bilgiler Tablosu			
ZAMAN ARALIĞI	2020:2022	DOKÜMAN İÇERİĞİ	
Kaynaklar (Dergiler, Kitaplar, vs.)	701	Ek anahtar Kelimeler (Keywords Plus (ID))	2683
Dokümanlar	2282	Yazarların Kelime Sayısı	6430
Yayıdan İtibaren Ortalama Yıl	1.11	YAZARLAR	
Doküman Başına Ortalama Alıntı	11.86	Yazar Sayısı	7196
Doküman Başına Yıllık Ortalama Alıntı	5.416	Tek Yazarlı Dokümanların Yazar Sayısı	377
		Çok Yazarlı Dokümanların Yazar Sayısı	6819
DOKÜMAN TİPLERİ		YAZARLARIN İŞBİRLİĞİ	
Makale	1964	Tek Yazarlı Dokümanlar	403
Makale; Kitap Bölümü	1	Yazar Başına Doküman Sayısı	0.317
Makale; Konge Bildiri (proceedings paper)	1	Doküman Başına Yazar Sayısı	3.15
Derleme Makalesi	7	Doküman Başına Ortak Yazar Sayısı	3.55
		İşbirliği Endeksi	3.63

Kaynak: R Biblioshiny Program Çıktısı.

b. Kelime Analizi Bulguları: Kelime analizi, bir araştırma alanının kavramsal yapısını incelemek için belgelerin en önemli sözcüklerini veya anahtar sözcüklerini kullanmaktadır (Callon vd. 1983, s.194; Cobo vd., 2011,s.1382). Sözcükler, belgenin başlığı, özeti, gövdesi veya bazı kombinasyonlarından seçilmektedir. Ayrıca, analiz edilecek kelimeler olarak belgelerin orijinal anahtar kelimeleri (yazarın anahtar kelimeleri) veya bibliyografik veri kaynakları tarafından sağlanan indeksleme anahtar kelimeleri seçebilmektedir (Cobo vd.,2011, s.1383).

Kelime analizinin gücü; çağrışımları, bir okuyucuyu veya yazarı metne bağlayabildikleri ölçüde başarılı sayılmaktadır. Bu koşullar ise; (1) Okuyucuların metnin içeriği ve sunulan bilgilerle ilgilenmek zorunda kalmalarını sağlamak, (2) Kendisini sonuçları kabul etmeye iten yorum ve çıkarımları sorgulayamayacağı (veya etmeyeceği) bir konuma yerleştirmek. Metin, okuyucuyu köşeye sıkıştırmayı amaçlayan bir aygıtta benzetilebilir, böylece okuyucu artık tartışmadan kaçamaz hale gelmektedir. Bu gerçekten de güç ilişkilerinin devreye girdiği bir yakalama durumu sayılmaktadır. Metnin yarattığı ve kendi menfaati için kullanılan kuvvetler alanı, temelde bir kelime seçimine ve bunlar arasında kurduğu ilişkilere dayanmaktadır (Callon vd. 1983,s.199). Bu nedenle kelime analizi bulguları alanın gelişim boyutunu göstermektedir.

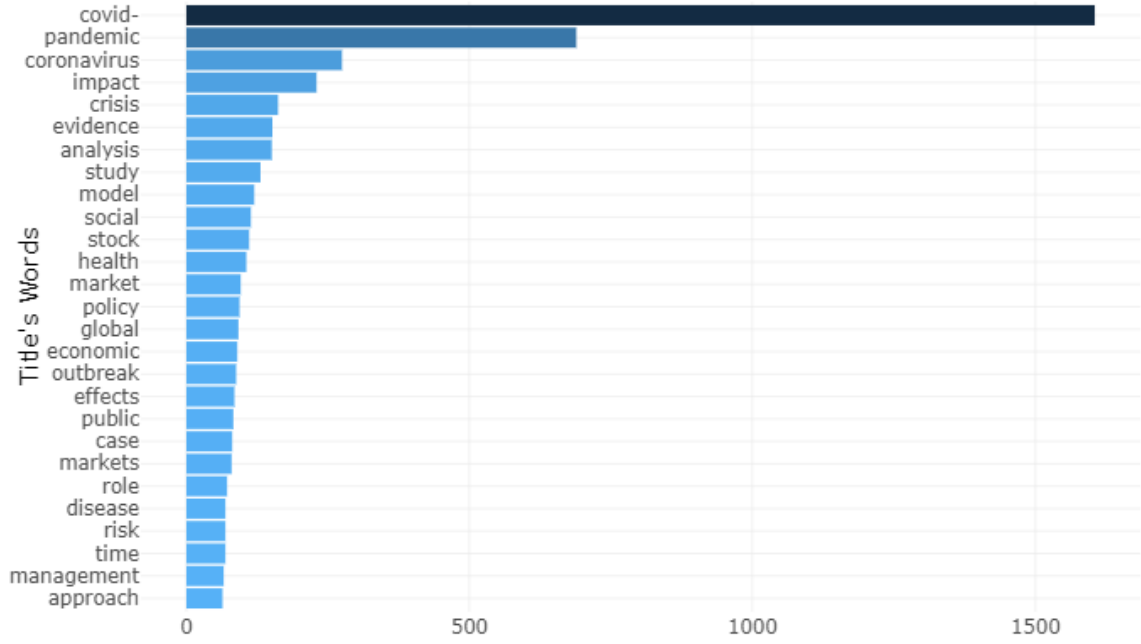


Şekil 3. Covid-19 ve Borsa Kelimelerinin Kullanım Yüzdeleri

Kaynak: R Biblioshiny Program Çıktısı

Şekil 3'te görülmekte olduğu gibi 2282 çalışma içerisinde kullanım oranı en yüksek olan kelime Covid-19 olarak ifade edilirken bunun temel sebepleri her bir çalışmanın Covid-19 terimi ile ilişkilendirilmesidir. Pandemi sürecinin insanoğlu üzerinde oluşturduğu korku ve tedirginlik, tüm sektörlerle yansımıştır. Borsa üzerinde bu etkilerin yatırımcı tercihlerine sirayet ettiğini sermaye piyasaları, oynaklık, petrol fiyatları, hisse senetleri, vaka çalışmaları, belirsizlik, getiri gibi kavramlar ile yapılan kelime analizi bulguları ile desteklenmiştir. Literatürde yer edinen bu çalışmalar çoğunlukla bir tedirginlik ekonomisi ve yazını üzerine kurgulanıp yaşanan her türlü olayı içermektedirler. Analize

dahil edilen çalışmalar, kelimelerin gücünü kullanarak düşünceleri kalıcı fikirlere dönüştürme gücüne sahiptir. Kaygılı ve endişeli bir yatırımcının olumlu söylemler içeren bir haber dahi okuması ile yatırım algısı ve işlem güdüsü değişmektedir. Davranışsal finans ile kanıtlanmış bu duygu durumlarının yönetilmesi düşünüldüğünde, korku çığırkanlıklarının var olduğu dönemlerde borsalar daha volatil tepkiler göstermiştir. Kelime analizlerinin ve metin analizlerinin önemi burada bir kez daha vurgulanmak istenmiştir.

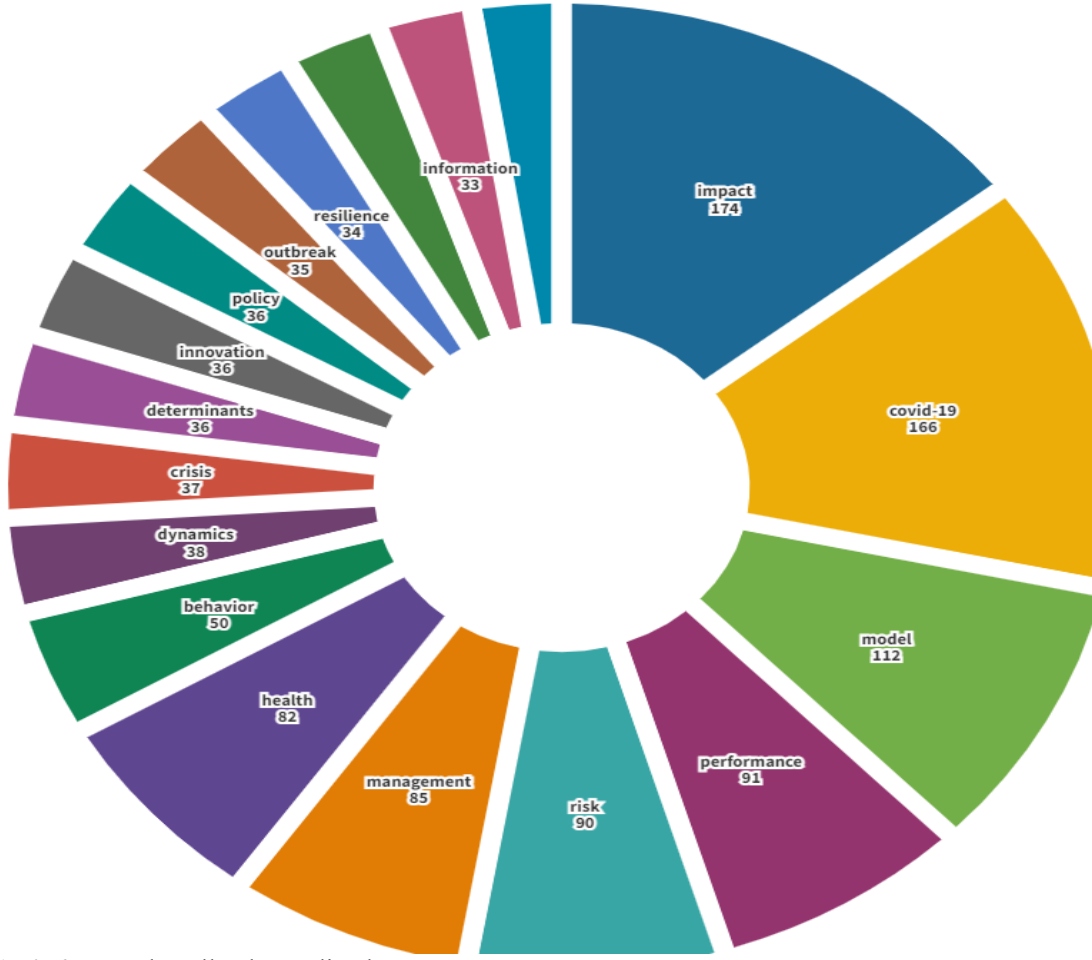


Şekil 4. Konu Başlıklarında Kullanılan Kelimeler

Kaynak: R Biblioshiny Program Çıktısı

Şekil 4, yazarların eserlerinin başlıklarında tercih ettikleri kelimeleri oluşturmaktadır. Sıklık referansına bakıldığında salgın genel olarak covid, pandemi, koronavirüs ile ifade edilmiştir. Görsel haritalama teknikleri kullanılarak elde edilen çıktıya göre, borsanın etkisi, risk, hisse senedi getirileri, yönetim yaygın olarak başlıklarda kullanılmıştır. Literatürde salgın başladığından bu yana genel olarak piyasaların durumu nasıl yorumlayacağı ve yatırımcı davranışları üzerine yüksek beklentiler bulunmaktaydı. Özellikle en iyi yayınlar ve alanda en iyi dergilerde yer alan “20” çalışma incelendiğinde örneğin Eugster, N., Ducret, R., Isakov, D., & Weisskopf, J. P. (2021) eserlerinde olduğu gibi başlıklarında hem Covid-19 hem de pandemi ifadelerini kullanmışlardır ve ESM yöntemi (bağımlı değişken olarak zamanı kullanan ve ardından bir olayın süresini veya bir olay gerçekleşene kadar geçen süreyi açıklayan değişkenleri arayan istatistiksel yöntemler kullanır) kullanarak süreci analiz etmişlerdir.

■ impact ■ covid-19 ■ model ■ performance ■ risk ■ management ■ health ■ behavior ■ dynamics ■ crisis
 ■ determinants ■ innovation ■ policy ■ outbreak ■ resilience ■ returns ■ information ■ attitudes



Şekil 6. En Çok Kullanılan Kelimeler
Kaynak: flourish.studio/projects’de hazırlanmıştır.

R programı aracılığıyla elde ettiğimiz kelime analizlerinden biri de; hangi kelimenin kaç kez hangi sıklıkla kullanıldığının belirlenebiliyor olmasıdır. Şekil 6 incelendiğinde kullanım sıklık frekanslarını, bir diğer ifadeyle en sık kullanılan kelimeleri görmekteyiz. Bu kelimeler pandeminin genel adının Covid-19 olması sebebiyle Covid-19, borsa, oynaklık, bulaşma, yayılma, hisse senedi piyasası, belirsizlik, ekonomik politikalar, davranış, vb. şeklindedir. Özellikle bahsetmek istediğimiz bir husus ise ekonomik politikaların da çalışmalarda oldukça fazla yer almasıdır. Bunun nedeni yapılan teşviklerin ve ekonomideki karamsarlık algısının yıkılması için uygulanan tedbirlerin piyasaya sunulmasından sonra borsa işlem hacimlerinin ve borsa yatırımcı algısının anında iyimser tepkiler vermesi ile paralel ilerlemesidir (Vasileiou, 2021, s.226-229).

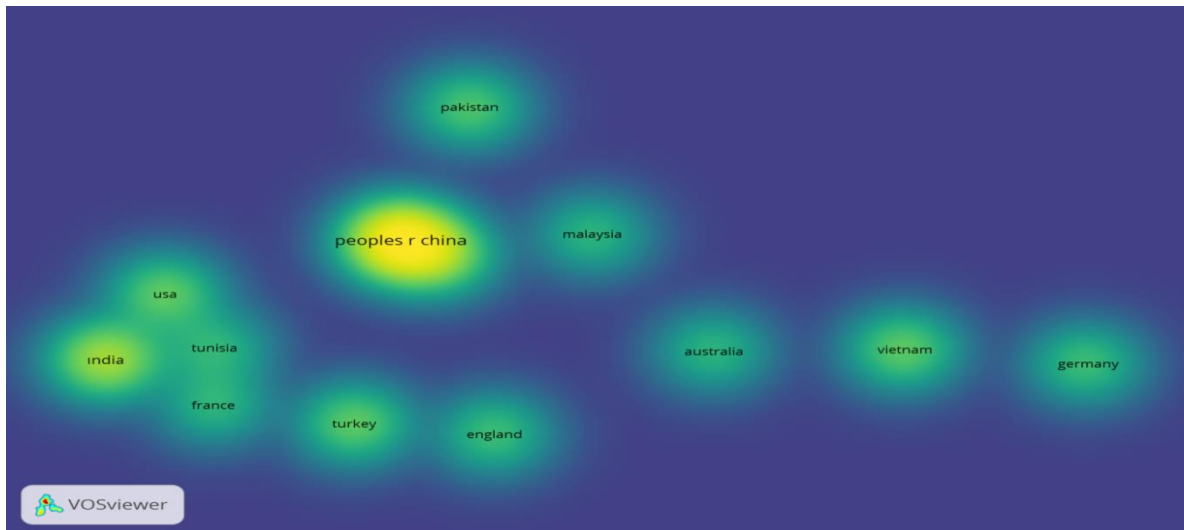
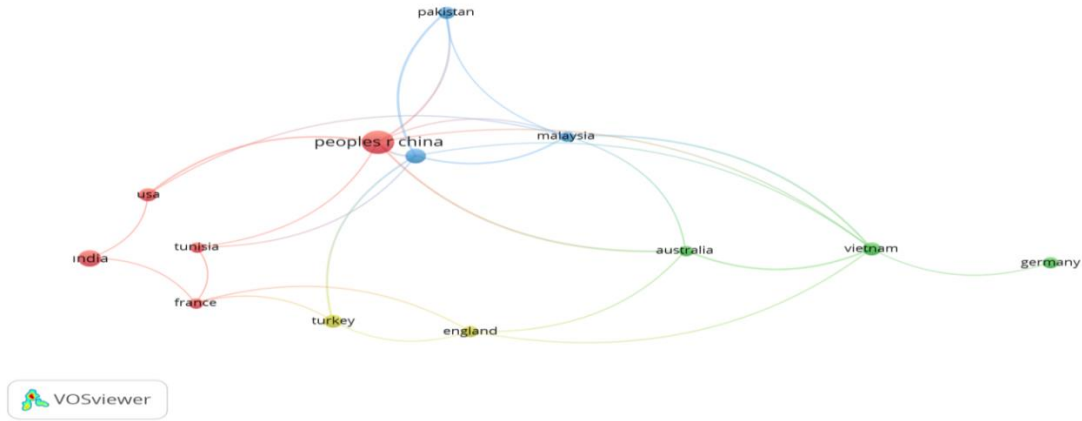
Kelime analiz bulgularına ulaşabilmek için literatürde oldukça yaygın kullanılan programlardan biri de VOSviewer’dır (Van Eck ve Waltman, 2017,s.1054). Bu tarz farklı tekniklerin ve programların var oluş amacı, bir ağın yapısı hakkında fikir oluşturmaktır. Teknikler daha çok, aşağıdaki gibi soruları ele almak için kullanılır:

- Belli bir bilimsel alandaki ana konular veya ana araştırma alanları nelerdir?

- Bu konular veya bu alanlar birbirleriyle nasıl ilişkilidir?
- Belirli bir bilimsel alan zaman içinde bu alanlar nasıl gelişmiştir? (Waltman vd. 2010,s.629).

Van Eck ve Waltman'ın geliştirmiş oldukları bir diğer paket program olan VOSviewer paket programı da kelime analizleri için başarılı bulgu sonuçları vermektedir. R programından elde ettiğimiz sonuçları destekler nitelikte elde edilen VOSviewer paket programı sonuçları aşağıda paylaşılmaktadır.

VOSviewer kullanılarak oluşturulan Şekil 7'de üç ana kümenin varlığı gösterilmektedir. Metin verisi kaynaklı görsel haritalama tekniğini kullanan VOSviewer paket programı için; oluşan şekillerdeki kümeler ve renkler birer anlam içermektedir. Her bir renk bir kümeyi temsil ederken; her bir kelimenin büyüklüğü ise o kelimenin oluşturduğu dairenin büyüklüğü ile ilişkili sayılmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2010, s.524 - 536; Van Eck ve Waltman, 2017, s.1054 – 1069).

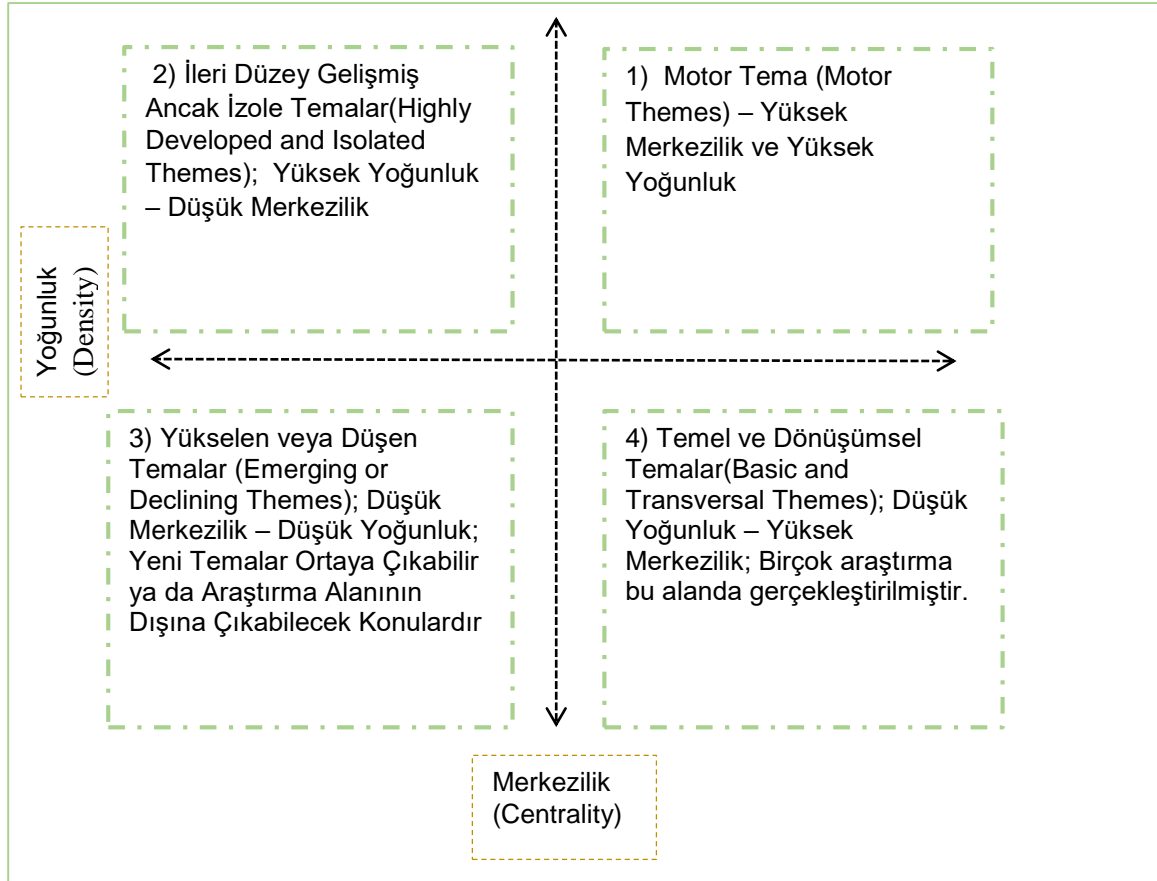


Şekil 7. Ülke Gruplarının Bağlantı Haritası ve Yoğunluk Haritası: Ülke Grupları
Kaynak: VOSviewer Program Çıktısı

VOSviewer programının Ağ analizi (Network Visualization) seçeneği doğrultusunda ülkeler arası ilişki ve hangi ülke grubunda çalışmaların olduğunu göstermektedir. Şekil 8'de 4 ana küme grubu görülmektedir. Birinci kümede Çin, Fransa, Tunus, ABD, Hindistan yer almaktadır. İlk vakanın Çin'de

görülmesi sebebiyle en çok çalışma Çin’de ortaya çıkmıştır. İkinci kümede Avustralya, Almanya ve Vietnam yer almaktadır. Üçüncü kümede Malezya, Pakistan, Suudi Arabistan yer almaktadır. Dördüncü kümede ise İngiltere ve Türkiye yer almaktadır.

Yoğunluk haritası bulguları değerlendirildiğinde; en büyük sarı ve net daire Çin ülkesinin yer aldığı dairedir. Bu sonuca göre en çok çalışma Çin’de ortaya çıkmış ve diğer ülkelere doğru yayılmıştır. Bu bulgular literatürde veri aralığına göre dağılım göstermektedir. Yoğunluk haritalarındaki sarı rengin netliği konunun o ülkede oldukça çalışıldığını göstermekte, dairenin çapı ise konunun hala revaçta olduğunu ve çalışılmaya devam ettiğini göstermektedir. Çin’den dünyaya doğru yayılan bu salgın için ilk izlenimlerin ve araştırma bulgularının Çin’de yoğun olarak yaşanması son derece normaldir. Sonrasında yoğunluk haritasından anlaşıldığı üzere sırasıyla Hindistan, Malezya ve Türkiye açısından çalışmalar giderek artmıştır.



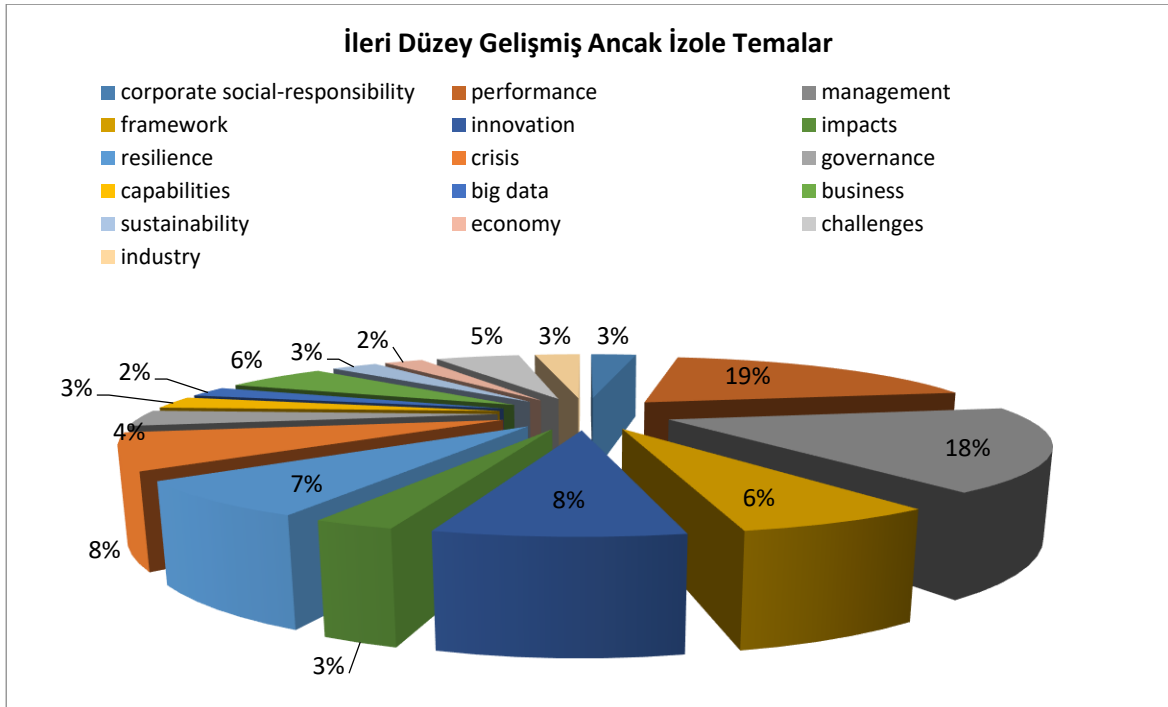
Şekil 8. Tematik Haritalama

Kaynak: Yazarlar tarafından MS Excel’de hazırlanmıştır.

Şekil 10’da Tematik haritalama ile dört tema çeyreğine ayrılan yoğunluk ve merkeziliğe dayalı tematik harita analizi yapılmıştır. Bu sonuçlar, yarı otomatik bir algorithmadan R programı aracılığıyla, yazarın anahtar sözcükleri dışında ilgili anahtar sözcüklerin eklenmesiyle araştırma nesnesine yapılan tüm referansların başlıklarının gözden geçirilmesiyle elde edilmiştir. Böylece sonuçlar daha derin varyasyonları yakalayabilmiştir. Tematik haritalama bu çalışma için “performans”, “etki”, “risk”

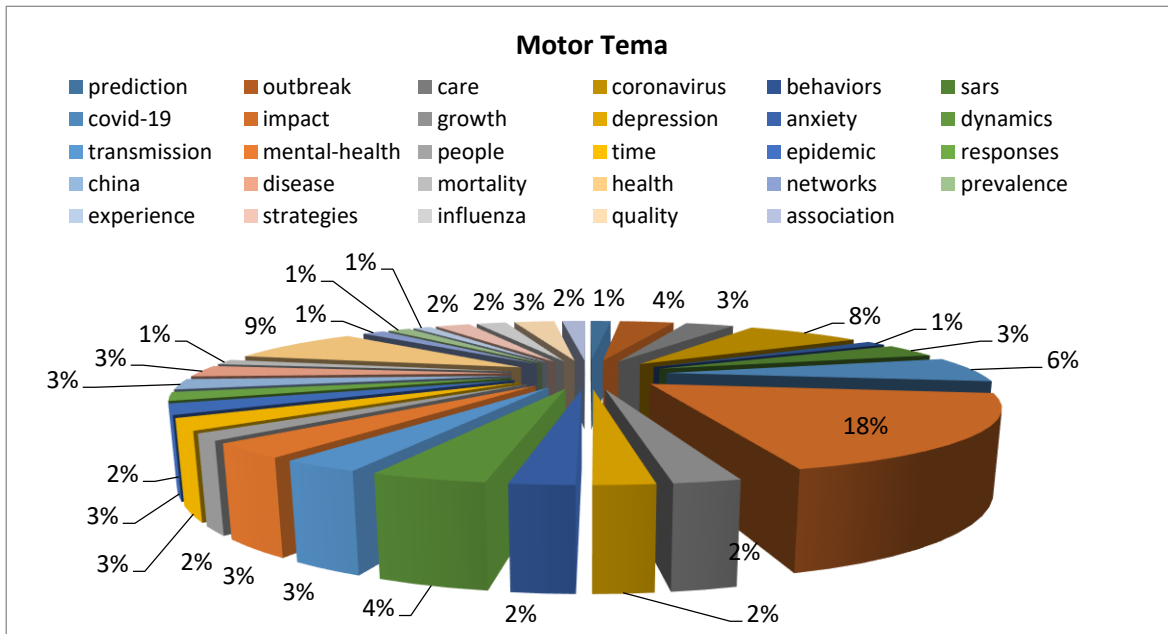
kümeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Her bir küme için ortalama 20 farklı kelime 4 alana da yayılmıştır.

Sağ üst kadran, yüksek yoğunluk ve merkezilik ile karakterize edilen motor temalardan oluşmaktadır ve bu alanda yoğun çalışmalar bulunmaktadır. Sol üst kadran ileri düzey gelişmiş ancak yalıtılmış temaları ifade etmektedir. Sol alt kadran yükselen veya düşen temaları oluşturmaktadır. Burada ortaya çıkan kavramlar yeni temalardır ya da alan dışı kalmaktadırlar. Sağ alt kadran ise temel ve dönüşümsel temaları oluşturmaktadır. Burada ortaya çıkan temalar oldukça çalışılmış ve iç bağları kuvvetli temalardır (Cahlik, 2000, s.374 -381; Turner ve Rojouan, 1991, s.144; Flórez-Martínez & Contreras-Pedraza & Rodríguez, 2021, s.426). Temel ve yeni oluşan dönüşümsel bir alanda tutunmaya başlamıştır. Başka bir ifade ile pandemi gibi anomali durumları ya da doğal afet durumları, literatürde hızla yer almakta ve alanın seyrini değiştirmektedir. Davranışsal finansla doğru bir kayma oluşturan bu anomaliler ve yatırımcı davranışları, finansal yazının da insan beklentileri üzerine düşmeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Yatırımcıların bulaş riski sebebiyle endişe ve kaygı yaşamaları, küreselleşen sistemler içerisinde sürü etkisi oluşturmakta ve hızla yayılmaktadır. Davranış örneği sergileyen bu tutumlar ile küçük ya da büyük ölçekli tüm yatırımcıların sistem üzerinde çarpıcı boyutlarda etkileri olabilmektedir. Gerek borsaların gerekse bankaların finansal araçları veya türev ürünler, fonlar ya da hisse senedi ürünleri her bir yatırımcının davranış biçimlerinden izlemler taşımaktadır. Tematik haritalama ile dört kadrandan birine denk düşen konu özellikle Covid-19 döneminde, tüm finansal sistemlere anomali, olağanüstü hal veya doğal afet gibi olumsuzlukların yaşandığı dönemlerde yatırımcıların olumsuzluklarına örnek teşkil eden konuları sunmaktadır. Bu alanları iyi analiz eden her kurum hatta otorite, finansal sistemlerde yatırımcıların düşüncelerini ve beklentilerini yönetebileceklerdir.



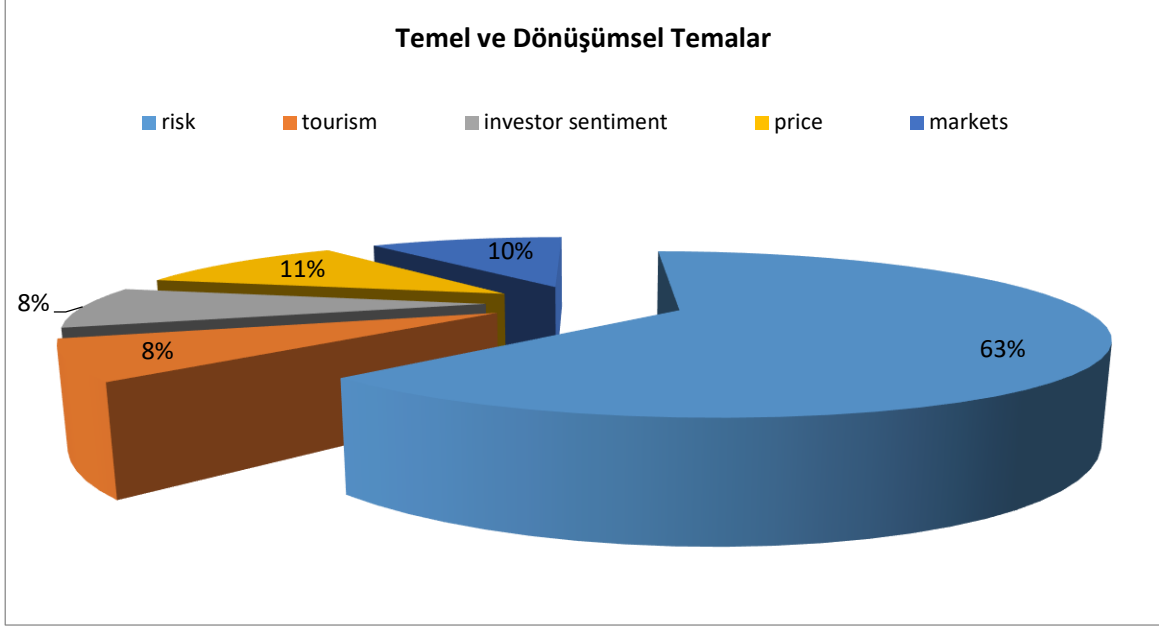
Şekil 8.a. Tematik Haritalama

Kaynak: Yazarlar tarafından MS Excel'de hazırlanmıştır.



Şekil 8.b. Tematik Haritalama

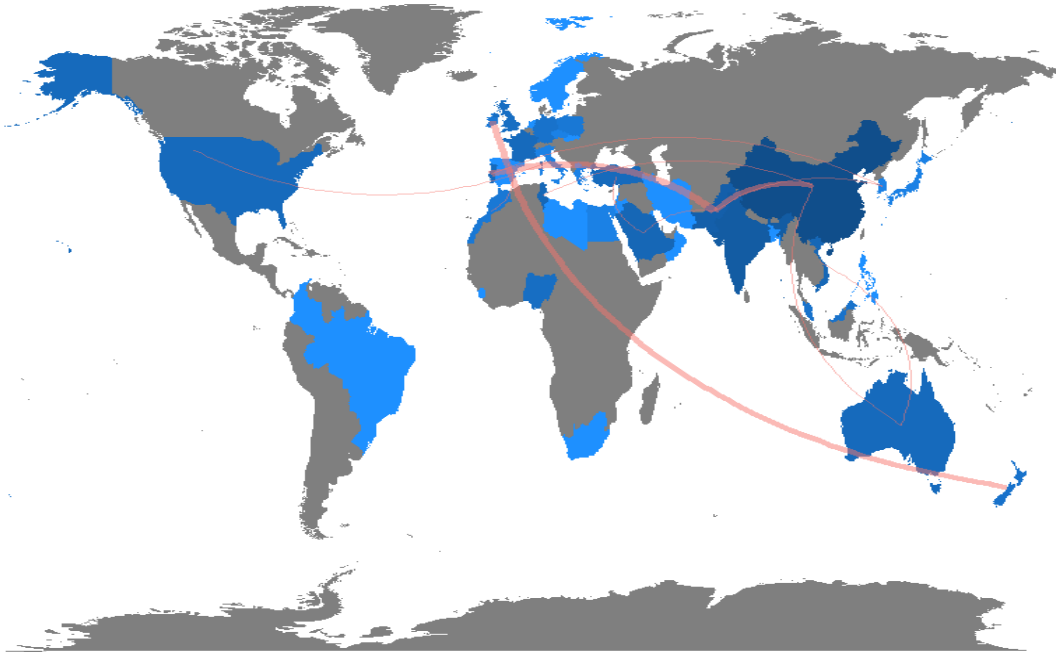
Kaynak: Yazarlar tarafından MS Excel'de hazırlanmıştır.



Şekil 8.c. Tematik Haritalama

Kaynak: Yazarlar tarafından MS Excel'de hazırlanmıştır.

Yükselen veya Düşen Temalar (Emerging or Declining Themes); Düşük Merkezilik – Düşük Yoğunluk; yeni temalar ortaya çıkabilir ya da araştırma alanının dışına çıkabilecek konulardır. Araştırma alanı dışına çıkmış bir konu henüz oluşmamıştır. Bu nedenle bu kadrana ayrıca bir açıklama yapılmamıştır.



Şekil 9. İş Birliği Dünya Haritası

Kaynak: R Biblioshiny Program Çıktısı

Şekil 9'da dünya genelinde yapılan çalışmaların hangi ülkelerle birlikte yapıldığı Dünya Haritası üzerinden gösterilmiştir. Özellikle koyu mavi tonlarındaki ülkelerde iş birliğinin yoğun olduğu

söylenmektedir. Harita üzerindeki kırmızı çizgiler ülkeler arasındaki bağları ifade etmektedir. Koronavirüs salgınının patlaması Çin coğrafyasında ortaya çıktığı için ilk veriler, gözlemler, deneyler, bulgular ve çalışmalar burada oluşmuştur. İşbirliği haritasında genel dağılım Çin'den Avustralya, Bangladeş, Fransa, Pakistan, İspanya ve Amerika'ya doğrudur. Borsa ve Covid-19 ilişkisinin etkileri bu ülkelerde işbirliği ile açıklanmaya çalışılmıştır. Türkiye'den Fransa'ya İsrail'e Polonya'ya doğru bir işbirliği akışı görülmüştür. Bu işbirliği haritasından da anlaşıldığı üzere Türkiye daha çok sınır komşuları ile çalışmalar yapmıştır. Amerika'dan İtalya'ya Malezya'ya Polonya'ya doğru bir işbirliği akışı sunulmuştur. Yazarların iş birliği endeksi 3.63 oranında genel bilgiler tablosunda verilmişti. Bu bilgiye göre İş Birliği Dünya Haritası incelendiğinde kırmızı okları takip ederek en koyu mavi olarak yer alan ülkelerin daha çok iş birliğine gittiği söylenmektedir. Covid -19 sürecinde ülkeler kendilerini korumak adına, sınır komşuları ile yakın ilişkiler kurmuş ve alınan küresel kararlar gereği çoğu iş akış sürecini durdurmuşlardır. Bu etkilerin en iyi anlatılabileceği çalışmalar ise aynı coğrafya üzerinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki etkileri birlikte analiz ederek sunan çalışmalardır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışma hazırlanırken birtakım sınırlılıkların varlığı tespit edilmiştir. Çalışma konusu olarak pandemi sürecinin borsa üzerindeki etkilerinin bibliyometrik analiz aracılığı ile hangi yöne gittiği, hangi konuların daha çok konuşulduğu, hangi ülkelerin literatüre katkı yaptığı, hangi kelime gruplarının anahtar kelime olarak ortaya çıktığı soruları performans analizi ile araştırılmış ve görselleştirilmiştir. Ayrıca Web of Science veri tabanının tek başına kullanılması bir sınırlılık doğurmuştur. Sonraki çalışmalar için diğer veri tabanları da çalışmalara dahil edilerek genel sonuçlar ortaya çıkarılabilecektir. Zaman ilerledikçe pandemi sürecinin etkileri daha iyi analiz edileceğinden zaman kısıtı sorunu da sonraki çalışmalar için ortadan kalkmış olacak ve literatüre bu anlamda katkı sağlayabilecektir.

SONUÇ

Borsa ve Covid-19 pandemi sürecine ilişkin olarak pandemi başladığı andan itibaren 2020 - 2022 yılları arasında literatürde yer alan çalışmaların incelendiği bu çalışmada, bibliyometrik analizler ve görsel haritalama teknikleri kullanılarak, mevcut çalışmaların literatüre katkıları analiz edilmiştir. Bu makale, mevcut araştırma alanlarını belirlemek ve ileriye dönük bir yol önermek için finans alanındaki Covid-19 literatürünün bibliyometrik bir çalışmasının bulgularını sunmaktadır.

Zaman kısıtı bulunan bir dönemde elde edilen bulgulara bakıldığında 2282 çalışmanın dönemin etkilerini oldukça vurguladığı ve literatüre öncülük ettiği görülmektedir. Temel sayılabilecek olan ilk çalışmalar ışığında, borsaların anomali ve olağanüstü dönemlerde nasıl tepki verdiği üzerinde durulmuş, kullanılan kelime analizleri ile belirsizlik altında yatırımcı tercihlerinin öneminin öne çıktığı belirlenmiştir. Her bir çalışmanın temel anahtar kelimeleri; borsa, belirsizlik, endişe, kaygı, yatırımcı tercihi ve pandemi şeklindedir. Sıklık frekansına göre en çok kullanılan terimlerin Covid-19, pandemi,

endişe, tercih, oynaklık olduğu ve piyasaların en çok Covid-19 süreci ile yaşadığı karamsarlık ve kararsızlığı açıklamaya çalıştığı çalışmalara literatürde yer verildiği görülmüştür.

Covid-19 pandemisi, insan hayatının her alanında dalgalanma etkisine neden olan “Siyah Kuğu” yani “olması ihtimal dışı görülen, fakat vuku bulduğunda etkisi çok büyük olan ve bir kez gerçekleşikten sonra, onu daha az rastlantısal kılacak bir açıklama uydurduğumuz olaylar” (Taleb, 2008) olarak etiketlenmiştir. Kelime analizleri, temel tanımlayıcı istatistik bulguları, tematik haritalama, yoğunluk ve bağlantı haritalarının görüntülemesi ile literatürde bulunan çalışmaların bu gibi endişe verici salgın durumlarında, krizlerin ortaya çıkaracağı beklentilerinin tema olarak işlendiğini göstermiştir. Özellikle davranışsal iktisat alanının önemini vurgulayan bu çalışmalar ile ileriye dönük bir çalışma alanı öngörüsü yapılabilmektedir. İnsan hayatının geçmiş tecrübelerine odaklanan ve özellikle beklenti teorilerine dayanan ayrıca bu beklentilerden etkilenip tüm temel teorilerde beklentilere yer veren, sosyal bir bilim olan iktisat ve finans için yatırımcı tercihleri ve beklentileri oldukça önem arz etmektedir.

Bibliyometrik analiz içeren çalışmalar ile literatür için bir yol haritası çıkarılması amaçlanmaktadır. Verma ve Gustafsson (2020), Arslan ve diğ. (2020), Chowdhury ve diğ. (2020) belirttiği gibi bibliyometrik analizler; Covid-19 pandemisinin borsalar üzerindeki etkisini araştıran çalışmaların bulgularını, çağdaş literatürdeki araştırma aşamalarının ilerlemesini ve araştırma eğilimlerini bibliyometrik ve sistematik bir gözden geçirme yoluyla tanımlamak için sentezlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca Covid-19'un birçok uzun ve kısa vadeli politika değişikliğinin katalizörü olacağını ve araştırmacıların teorik ve ampirik dikkatini gerektirdiğini göstermiştir. Sunulan önermeler ile potansiyel araştırma fırsatlarına bir yol haritası sunularak diğer araştırmacılara, literatüre ve akademiye yeni araştırma alanlarının kapılarını açmaktadır. Bu nedenle gelecek çalışmaların pandemi sonrası stratejilerin hisse senedi piyasaları ve finansal piyasalar üzerindeki etkilerini araştırmasını öneriyoruz.

KAYNAKÇA

- Alam, M. M., Wei, H., & Wahid, A. N. (2021). COVID-19 outbreak and sectoral performance of the Australian stock market: *An event study analysis. Australian Economic Papers*, 60(3), 482-495.
- Al-Awadhi, A. M., Alsaifi, K., Al-Awadhi, A., & Alhammadi, S. (2020). Death and contagious infectious diseases: Impact of the COVID-19 virus on stock market returns. *Journal of Behavioral And Experimental Finance*, 27, 100-326.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Arslan, H., & Bashir, M. (2021). Contemporary research on spillover effects of COVID-19 in stock markets. A systematic and bibliometric review. The 3rd International Electronic Conference on Environmental Research and Public Health —*Public Health Issues in the Context of the COVID-19 Pandemic session Health Economics*. 11 January 2021 by MDPI.
- Baker, S. R. , Bloom, N. , Davis, S. J. , Kost, K. , Sammon, M. & Viratyosin, T. (2020). The unprecedented stock market reaction to COVID-19 (NBER Working Paper No. 26945). *National Bureau of Economic Research*. <https://www.nber.org/papers/w26945>
- Buszko, M., Orzeszko, W., & Stawarz, M. (2021). COVID-19 pandemic and stability of stock market—A Sectoral Approach. *Plos One*, 16(5).
- Cahlik, T. (2000). Comparison of the maps of science. *Scientometrics*, 49(3), 372-387.
- Callon, M., Courtial, J. P., Turner, W. A., & Bauin, S. (1983). From translations to problematic networks: An introduction to co-word analysis. *Social Science Information*, 22(2), 191-235.
- Chowdhury, E. K., Khan, I. I., & Dhar, B. K. (2021). Catastrophic impact of Covid-19 on the global stock markets and economic activities. *Business and Society Review*, 1-24.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382-1402.
- Courtial, J., Cahlik, T., & Callon, M. (1994). A model for social interaction between cognition and action through a key-word simulation of knowledge growth. *Scientometrics*, 31(2), 173-192.
- Crane D., *Invisible colleges. Diffusion of knowledge in scientific communities*. Chicago and London, University of Chicago Press, 1972, 1-213.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117, 284-289.

- Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of journal of business research: a bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 109, 1-14.
- Dünya Sağlık Örgütü (2022a, Mayıs 15). *Coronavirus (COVID-19) Dashboard*.
- Erişim adresi: <https://covid19.who.int/>
- Eryarsoy, E., Delen, D., Davazdahemami, B., & Topuz, K. (2021). A novel diffusion-based model for estimating cases, and fatalities in epidemics: The case of COVID-19. *Journal of Business Research*, 124, 163–178.
- Eugster, N., Ducret, R., Isakov, D., & Weisskopf, J. P. (2021). Chasing dividends during the COVID-19 pandemic. *International Review of Finance*. 22(2), 335-345.
- Flórez-Martínez, D. H., Contreras-Pedraza, C. A., & Rodríguez, J. (2020). A systematic analysis of non-centrifugal sugar cane processing: Research and new trends. *Trends in Food Science & Technology*, Vol.107, 415-428.
- Golmohammadi, S., & Fazelabdolabadi, B. (2021). COVID-19: A Game-changer to Equity Markets?. *Journal of Human, Earth, and Future*, 2(1), 46-81.
- Ivanov, D. (2020). Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: A simulation-based analysis on the coronavirus outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) case. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 136.
- Leite, H., Hodgkinson, I. R., & Gruber, T. (2020). New development: ‘Healing at a distance’—telemedicine and COVID-19. *Public Money & Management*, 40(6), 483-485.
- Link, B. G., & Phelan, J. (1995). Social conditions as fundamental causes of disease. *Journal Of Health and Social Behavior*, 80-94.
- Liu, H., Manzoor, A., Wang, C., Zhang, L., & Manzoor, Z. (2020). The COVID-19 outbreak and affected countries stock markets response. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(8).
- Martínez-López, F.J., Merigó, J.M., Valenzuela-Fernández, L. and Nicolás, C. (2018), Fifty years of the European Journal of Marketing: a bibliometric analysis, *European Journal of Marketing*, Vol. 52 No. 1/2, pp. 439-468.
- Rogers, G., Szomszor, M., & Adams, J. (2020). Sample size in bibliometric analysis. *Scientometrics*, 125(1), 777-794.
- Sharma, P., Leung, T. Y., Kingshott, R. P., Davcik, N. S., & Cardinali, S. (2020). Managing uncertainty during a global pandemic: An international business perspective. *Journal of Business Research*, 116, 188-192.

- Seglen, P. O. (1994). Causal relationship between article citedness and journal impact. *Journal of the American Society for Information Science*, 45(1), 1-11.
- Small, H. (1997). Update on science mapping: Creating large document spaces. *Scientometrics*, 38(2), 275-293.
- Taleb, N. (2008). *Siyah Kuğu - Olasılıksız görünenin etkisi*. İstanbul: Varlık Yayınları
- Topcu, M., & Gulal, O. S. (2020). The impact of COVID-19 on emerging stock markets. *Finance Research Letters*, 36, 101691.
- Turner, W. A., & Rojouan, F. (1991). Evaluating input/output relationships in a regional research network using co-word analysis. *Scientometrics*, 22(1), 139–154.
- Türkiye Cumhuriyeti Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2022b, Mayıs 15). *Dünya Ekonomisindeki Son Gelişmeler Bülteni*.
- Erişim adresi: <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/04/Dunya-Ekonomisindeki-Son-Gelismeler-2021-Yili-4-Ceyrek.pdf>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053-1070.
- Vasileiou, E. (2021). Behavioral finance and market efficiency in the time of the COVID-19 pandemic: does fear drive the market?. *International Review of Applied Economics*, 35(2), 224-241.
- Verma, S., & Gustafsson, A. (2020). Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach. *Journal of Business Research*, 118, 253-261.
- Waltman, L., Van Eck, N. J., & Noyons, E. C. M. (2010). A unified approach to mapping and clustering of bibliometric networks. *Journal of Informetrics*, 4(4), 629–635.
- Worldometer (2022c, Mayıs 15). *Covid-19 Coronavirus Pandemic*.
- Erişim adresi: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

Geliş Tarihi:

06.05.2022

Kabul Tarihi:

02.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Bozkurt, Y., & İneç, Z. F. (2021). Otantik bir uzaktan öğrenme ortamının öğrenmeye etkisinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1197-1218. doi: 10.46928/iticusbe.1113416

OTANTİK BİR UZAKTAN ÖĞRENME SİSTEMİNİN ÖĞRENMEYE ETKİSİNİN İNCELENMESİ*

Araştırma

Yeşim Bozkurt 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

yesimbozkurt88@hotmail.com

Zekeriya Fatih İneç 

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

fatihinec@erzincan.edu.tr

Yeşim BOZKURT, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programını tamamlamıştır.

Zekeriya Fatih İNEÇ, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında Doçent Doktordur. Sosyal bilgiler eğitimi ve teknoloji entegrasyonu üzerine bilimsel çalışmaları bulunmaktadır. Öğretim teknolojileri, eğitimde araştırma yöntemleri, sosyal bilgiler öğretiminde materyal tasarımı, sosyal bilgilerde bilişim teknolojileri, eğitimde teknoloji entegrasyonu ve öğretim tasarımı üzerine lisans ve lisansüstü düzeyde dersler vermektedir.

*Çalışma, birinci yazarın yüksek lisans tez çalışmasına ait verilerin bir kısmını içermektedir.

OTANTİK BİR UZAKTAN ÖĞRENME ORTAMININ ÖĞRENMEYE ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Yeşim BOZKURT
yesimbozkurt88@hotmail.com
Zekeriya Fatih İNEÇ
fatihinec@erzincan.edu.tr

Özet

Amaç: Bu araştırmada otantik öğrenme stratejisine göre yapılandırılan uzaktan bir öğrenme sisteminin T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersinde öğrencilerin akademik başarılarına, derse karşı tutumlarına ve tarihsel empati yapabilme becerilerine etkisini tespit etmek amaçlanmaktadır.

Yöntem: Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Çalışma için nicel veri elde edebilmek için yarı deneysel model kullanılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme ile seçilen bir okuldan kontrol grubuna 24, deney grubuna ise 30 öğrenci atanmıştır. Öğrencilerin akademik başarılarını tespit etmek için Altıkulaç (2014) tarafından geliştirilen akademik başarı testi, derse karşı tutumlarını belirleyebilmek için Yeşiltaş & Yılmaz (2015) tarafından geliştirilen tutum ölçeği, tarihsel empati yapabilme becerilerini ölçmek için ise Çalışkan & Demir (2019) tarafından geliştirilen Tarihsel Empati Ölçeği ön test ve son test olarak uygulanmıştır. Ölçeklerden elde edilen veriler bağımsız gruplar t-testi ile analiz edilmiştir.

Çalışmada otantik bir uzaktan öğrenme ortamı olarak İneç (2012) tarafından ADDIE (Analyze, Design, Development, Implementation & Evaluation) öğretim tasarım modeliyle geliştirilen bir coğrafi bilgi sistemleri uygulaması (Seyyah) kullanılmıştır. Bu çalışma için otantik öğrenme stratejisine uygun bir şekilde yapılandırılarak Seyyah'ın sürümü yükseltilmiştir. Sistem üzerindeki etkinlikler ise senaryoların ve kanıtların kullanıldığı kurgular üzerinden çoklu bir ortama dönüştürülmüş ve Seyyah'ın bir geo-medya uygulaması olarak kullanılması sağlanmıştır.

Bulgular: Çalışmadan elde edilen bulgular, deney grubu öğrencilerinin akademik başarılarının, derse karşı tutumlarının ve tarihsel empati yapabilme becerilerinin kontrol grubu öğrencilerine göre daha anlamlı bir fark gösterdiğini ortaya koymuştur.

Özgünlük: Çalışma, otantik öğrenmeyi gerçekleştiren uzaktan bir öğrenme sisteminin ilk kez uygulanması, COVID-19 pandemisinden etkilenmeyen deneysel bir sürece sahip olması ve T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersinde ilk defa otantik öğrenme stratejisinin uygulanması gibi nedenlerle önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tarihsel empati, Coğrafi bilgi sistemleri, Otantik öğrenme, Uzaktan eğitim, T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük

JEL Sınıflandırması: I29

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF AN AUTHENTIC DISTANCE LEARNING ENVIRONMENT ON LEARNING

Abstract

Purpose: In this research, it is aimed to determine the effect of a distance learning system structured according to the authentic learning strategy on the academic achievement of the students in the Turkish Republic History of Revolution and Kemalism course, their attitudes towards the course and their ability to make historical empathy.

Method: Quantitative research methods were used in the study. A quasi-experimental model was used to obtain quantitative data for the study. 24 students were assigned to the control group and 30 students to the experimental group from a school selected by simple random sampling. The academic achievement test developed by Altıkulaç (2014) to determine the academic achievement of students, the attitude scale developed by Yeşiltaş & Yılmazer (2015) to determine their attitudes towards the course, and the Historical Empathy Scale developed by Çalışkan & Demir (2019) to measure their historical empathy skills. It was applied as a pre-test and post-test. The data obtained from the scales were analyzed with the independent groups t-test.

As an authentic distance learning environment, a geographic information systems application called Seyyah, which was developed by İneç (2012) with the ADDIE (Analyze, Design, Development, Implementation & Evaluation) instructional design model, was used. For this study, Seyyah was configured and upgraded in accordance with the authentic learning strategy. The activities on the system, on the other hand, were transformed into a multi-environment through fictions using scenarios and evidence, and Seyyah was used as a geo-media application.

Findings: The results obtained in the study revealed that the academic achievements, attitudes towards the course and the ability of historical empathy of the experimental group students showed a more significant difference compared to the control group students.

Originality: The study is considered important for reasons such as the first implementation of a distance learning system that performs authentic learning, the fact that it has an experimental process that is not affected by the COVID-19 pandemic, and the implementation of an authentic learning strategy for the first time in the Turkish Republic History of Revolution and Kemalism course.

Keywords: Historical empathy, Geographical information systems, Authentic learning, Distance education, History of Turkish Republic Revolution and Kemalism

JEL Classification: I29

GİRİŞ

Yaşadığımız yüzyıldaki bilgi düzeyindeki artış, toplumları sosyolojik açıdan değiştirmekle birlikte var olan her şeyin tabiatını da farklılaştırmaktadır. Bu süreçten etkilenen alanların başında ise eğitim gelmektedir. Başta eskiyen paradigmalardan yerini alan sorgulayan, araştıran, problem çözen, akıl yürüten, iletişim kurabilen, eleştirel ve yaratıcı düşünebilen çok yönlü öğrencilerin yetiştirilmesini amaçlayan eğitim hedefleri yeni paradigmalardan temelini oluşturmaktadır (Duran, 2014).

Bilginin bilişsel süreçlerde çok boyutlu olarak yapılandırılmasını amaçlayan eğitim paradigmaları ise öğrenme sürecinin öğretim stratejileriyle kılavuzlanmasını sağlamaktadır. Öğrenenler bu sayede geleneksel öğrenme ortamlarından uzaklaşırken öğrenme etkinliklerini kendileri deneyimleyebilmektedir. Böylece öğrenme stratejileri öğrenenlerin öğrenme sürecinde aktif olmalarını ve rol almalarını sağlayarak öğrenme deneyimlerinin edinimini kolaylaştırmaktadır (Uyar Usulan, 2006). Tercih edilen bilgi bilişsel süreçlerde anlamlı hale getirilirken davranışa dönüştürme yöntemleri de öğrenenler tarafından belirlenmektedir (Yanpar Şahin, 1994). Dolayısıyla öğrenme stratejileri öğrenenlerin neyi nasıl öğrenebildiklerini belirlemelerine, verimli, kalıcı ve istedik öğrenmeler gerçekleştirmelerine yardımcı olmaktadır (Kulakaç, 2020). Bu desteği sağlayan stratejilerden biri de otantik öğrenmedir.

Otantik öğrenme kavramının tabiatını anlayabilmek için ilk olarak otantik kelimesini incelemek gerekmektedir. Türk Dil Kurumu güncel sözlüğe göre otantik kavramı “eskiden beri mevcut olan özelliklerini taşıyan, orijinal” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu [TDK], 2020). Bektaş ve Horzum (2019:11) ise otantik kavramını “aslına uygun ve eskiden beri sahip olduğu özellikleri sürdüren” olarak ifade etmiştir. Bir sıfat olarak kullanılan ve dilimize Fransızcadan geçen *authentique* kelimesi (TDK, 2020) günlük hayatta kültür, hayat tarzı, giysi, aksesuar, folklor, müzik, sanat, ortam, kafe, mağaza, ürün, yiyecek gibi birçok alanda kullanılmaktadır (Bektaş ve Horzum, 2019:11). Öğrenme sürecinde otantik kelimesi ile bağlantı kurulurken ise otantik öğrenme kavramına başvurulmaktadır (İneç, 2020a:17). Bu ifade öğretim sürecinde yeni kullanılan bir strateji kavramı olmamakla birlikte özünde usta-çırak ilişkisini barındırmaktadır (Lombardi, 2007). Gerçek hayat bağlamı olan teorik bilgi böylece deneyimler aracılığıyla becerilere dönüşmektedir (İneç, 2020b:93).

Otantik öğrenme öğrenenlere çeşitli problemler, etkinlikler ve görevler sunarak onları gerçek dünyaya hazırlayan bir öğrenme stratejisidir (Bektaş ve Horzum, 2019:11-12). Bu strateji doğal ortamlarda yaparak yaşayarak öğrenmeyi, keşfetmeyi, sorgulayarak araştırma yapmayı ve bu doğrultuda gerçek hayattan somut yaşantılar elde etmeyi gerektiren bir süreç olduğundan; etkili ve verimli bir öğrenme için oldukça büyük önem taşımaktadır (Hastürk ve Çetin, 2020).

İlgili literatür incelendiğinde otantik öğrenmenin genel anlamda ders sürecinde öğrenenlerin gerçek dünya ile bağlantı kurabilmelerine ve doğal olarak gerçek hayatın hazır hale getirilmesine fırsat sunan bir strateji olarak tanımlandığı görülmektedir (İneç, 2020a: 35). Sosyal bilgiler dersi ise özel amaçları doğrultusunda gerçek hayat bağlamına vurgu yaparak çeşitli deneyimlerin sürece dahil edilmesini

sağlamaktadır. Bununla birlikte otantik öğrenmenin merkezinde öğrencinin bulunduğu görülmektedir. Öğretmen bir usta olarak öğrencileri bilişsel çıraklık yöntemiyle eğitmekte ve bir rol model olarak öğrencilerine iş birliği içerisinde çalışmayı ve elde edilen bilginin paylaşılmasını öğretmektedir. Böylece öğrenme hedeflerinin gerçekleşmesinde öğrencilerin aktif olmasını sağlayarak yaparak ve yaşayarak öğrenmeye destek olmaktadır (İneç, 2020b:95-105).

Otantik öğrenme, otantik öğretim tasarımıyla bir öğretim stratejisi olarak yapılandırılırken, otantik görevlerle süreç başlamakta, çok disiplinli yapılarla öğrenciler iş birliği yapmaktadır. Rehberlik ve koçluk özelliği sayesinde Vygotsky'nin bilişsel gelişim kuramında vurguladığı yapılandırıcı destek gerçekleşmekte; çeşitli öğretim yöntem ve tekniklerin kullanılmasıyla öğrenciler farklı bakış açıları ile demokrasi kültürünü de kazanmaktadır. Bu özellikler, otantik görevler sayesinde gerçekleşirken, öğretme-öğrenme süreçlerinin planlanıp uygulanmasına da zemin hazırlamaktadır. Otantik görevler sayesinde öğrenenler gerçek bir dünya problemlerinden yola çıkarak gereken bilgi, beceri ve tutumları kazanarak bu problemlere çözüm üretebilmektedir (Rule, 2006). Bu görevler öğretim programıyla ilişkilendirilen gerçek dünya problemlerine ve uygulamalarına dayanmakta bu sürecin sonunda gerçek dünya bağlamında çeşitli ürünler ortaya çıkmaktadır (İneç, 2020a:19-21). Gerçek dünya bağlamının sınıf ortamına taşınmasında ise etkileşimli teknolojiler büyük bir rol oynamaktadır. Kanıt ve senaryo temelli öğrenme gibi yaklaşımlardan yararlanılabilen dijital otantik öğrenme ortamları sayesinde tarihi bir döneme ya da farklı bir coğrafyaya iş birliği ile öğrenenleri transfer etmek mümkündür. Hatta öğrenenler bu sayede sosyal bilimlerde deney yapma imkanına dahi kavuşabilmektedir (İneç, 2017; İneç & Akpınar, 2017). Nitekim bu dersin doğrudan bilgi aktarımı ile yürütüldüğü; erişilen kaynakların sınırlı olduğu, gerçek hayat problemleriyle desteklenmediği anlaşılmaktadır (Akbaba, 2009; Körhasan, 2022). Oysaki teorik bir içeriğin ötesinde kanıtlardan yararlanılan, sözlü tarih çalışmaları gibi yeni yaklaşımlar sayesinde gerçek hayat temelinde gerçekleştirilen bir sürecin talep edildiği de görülmektedir (Kalelioğlu, 2017). Bu çerçevede T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersinde otantik öğrenme stratejisi ile yeni teknolojilerin birleşimi sonucunda ne tür imkanların ortaya çıkacağı merak konusudur. Özellikle COVID-19 pandemisinde doğrudan bilgi aktarımının gerçekleştiği uzaktan eğitim platformlarının (Sığın, 2020) karşısında yapılandırmacı anlayışa uygun bir öğrenme stratejisinin teknoloji ile entegrasyonu öğrenenlerin akademik başarılarına, derse karşı tutumlarına ve tarihsel empati kurma becerilerine olan etkisi araştırılması gereken bir problem durumudur.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma sekizinci sınıf T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi kapsamında yer alan “Milli Bir Destan: Ya İstiklal Ya Ölüm!” ünitesinin otantik öğrenme stratejisiyle oluşturulmuş otantik bir uzaktan öğrenme sistemiyle aktarımının, öğrencilerin akademik başarılarına, derse karşı tutumlarına ve tarihsel empati yapabilme becerilerine etkisini tespit etmeyi amaçlamaktadır. T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi öğretim programında temel beceriler yer almamasına rağmen, deneysel süreçte

öğrencilerin tarihsel empati yapabilme becerilerinin otantik öğrenme stratejisiyle incelenmesi de hedeflenmiştir.

Bu doğrultuda geliştirilen ve otantik bir uzaktan öğrenme platformu olan Seyyah (v.2 otantik) uygulaması ise web tabanlı bir coğrafi bilgi sistemleri uygulaması olarak tanımlanmaktadır (İneç, 2012). Seyyah, pandemi döneminde öğrencilerin akademik başarılarını, derse karşı tutumlarını ve tarihsel empati yapabilme becerilerini geliştirmek için tasarlanmıştır. Bu nedenle araştırma, otantik bir öğrenme stratejisine sahip olan uzaktan bir öğrenme sisteminin ilk kez uygulanması ve pandemi sürecinden etkilenmeyen deneysel bir sürece sahip olması bakımından önem taşımaktadır. Ayrıca sekizinci sınıf T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi kapsamında otantik öğrenme stratejisine başvuru herhangi bir çalışmaya da rastlanılmamıştır. Dolayısıyla bu araştırma, sekizinci sınıf T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi kapsamında otantik öğrenme ile gerçekleştirilen ilk çalışmadır.

Araştırma Problemi

Araştırmanın temel problem cümlesi şu şekildedir:

T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersinde otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah) öğrencilerin akademik başarılarına, derse yönelik tutumlarına, tarihsel empati becerilerine etkisi nasıldır? Bu problem doğrultusunda şu alt problemlere cevap aranmıştır:

- Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin öğrencilerin akademik başarılarına etkisi nedir?
- Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin öğrencilerin derse yönelik tutumlarına etkisi nedir?
- Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin öğrencilerin tarihsel empati becerilerine etkisi nedir?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada yarı deneysel model kullanılmıştır. Bu desenin tercih edilmesinin nedeni MEB tarafından belirlenen şubelerde bulunan öğrencilerin kontrol ve deney gruplarına rastgele atanamamasıdır. Dolayısıyla çalışmada denkleştirilmemiş kontrol grubu ön test–son test deseninden faydalanılmıştır (Creswell, 2016: 168-172).

Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu Erzincan il merkezinde bulunan bir ortaokulda öğrenim gören 30 deney, 24 kontrol grubu olmak üzere toplam 54 sekizinci sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Okulun belirlenmesinde basit tesadüfi örneklemeden yararlanılmıştır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi, evrende yer alan bütün birimlerin seçimde eşit şansa sahip olduğu örnekleme yöntemidir (Kılıç, 2013).

Kontrol ve deney gruplarının belirlenmesinde, araştırma sürecinde yarı deneysel bir desen benimsendiğinden gruplar rastgele olarak atanmış ancak bu gruplarda yer alan öğrenciler gruplara

homojen bir şekilde dağıtılamamıştır. Bu çerçevede ulaşılan şubeler kontrol ve deney grubu olarak atanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında verilerin elde edilmesinde, Altıkulaç (2014) tarafından geliştirilen T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük Dersi Akademik Başarı Testi, Yeşiltaş ve Yılmaz (2015) tarafından geliştirilen T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük Dersine Yönelik Tutum Ölçeği, Çalışkan ve Demir (2019) tarafından geliştirilen Tarihsel Empati Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Nicel veri toplama araçlarının derlenmesi için ilgili literatür taranmıştır. Tespit edilen ölçekler üç sosyal bilgiler eğitimi uzmanı tarafından incelenmiş ve bunlardan bazılarının kullanımı aşağıdaki gerekçelerle uygun görülmüştür. Kullanılan veri toplama araçları ve bunlara ait geliştirme safhaları şu şekildedir:

Türkiye Cumhuriyeti İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük Dersi Akademik Başarı Testi (TCİTADABT). Literatür incelemesinde farklı araştırmacılar tarafından çeşitli ölçeklerin geliştirildiği tespit edilmiştir. Üç bağımsız sosyal bilgiler uzmanı tarafından incelenen bu ölçeklerin üçünün Bloom Taksonomisi'nin bilgi basamağına, Altıkulaç (2014) tarafından geliştirilen ölçeğin ise daha üst düzey bilişsel basamaklar içinde değerlendirilebilecek maddeleri ölçebildiği tespit edilmiştir. Otantik öğrenmenin öğrencilerdeki sentez, tasarım, kurgu ve değerlendirme gibi üst düzey bilişsel becerileri desteklemesi (Mims, 2003) nedeniyle Altıkulaç (2014) tarafından geliştirilen ölçek tercih edilmiştir. Ön uygulama neticesinde yüz maddenin otuza düşürülmesiyle ortaya çıkarılan başarı testinin Cronbach'ın α değeri araştırmacı tarafından .89, bu araştırmada ise .90 olarak tespit edilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük Dersine Yönelik Tutum Ölçeği (TCİTADYTÖ). Öğrencilerin derse karşı tutumlarını tespit etmek için Yeşiltaş ve Yılmaz (2015) tarafından geliştirilen ve Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı .80 olan TCİTADYTÖ kullanılmıştır. Tutum ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin Cronbach α iç tutarlılık katsayıları, birinci boyutu olan sevgi boyutu için .84, ikinci boyutu olan ilgi boyutu için .82, üçüncü boyutu olan önem boyutu için .76 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada ise Cronbach α iç tutarlılık katsayıları birinci boyutu olan sevgi boyutu için .90, ikinci boyutu olan ilgi boyutu için .84, üçüncü ve son boyutu olan önem boyutu için .77 olarak belirlenmiştir.

Ölçek 23 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin 4 maddesi olumsuz tutum cümlelerini, 19 maddesi olumlu tutum cümlelerini ifade etmektedir. Tutum ölçeği beş dereceli likert tipi ölçektir. Sorular “Tamamen Katılıyorum.” (5), “Katılıyorum.” (4), “Kararsızım.” (3), “Katılmıyorum.” (2), “Tamamen Katılmıyorum.” (1) seçeneklerini içermektedir ve seçenekler olumludan olumsuz doğru puanlanmıştır.

Tarihsel Empati Ölçeği (TEÖ). Öğrencilerin tarihsel empati becerilerini ölçmek için Çalışkan ve Demir (2019) tarafından geliştirilen TEÖ kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach α güvenilirlik katsayısı .81 olarak hesaplanırken, alt boyutları olan bilişsel empati boyutu için bu değer .76, duyuşsal empati

boyutu için ise .69 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin test- tekrar test güvenilirlik katsayısı sonucu .89 olarak hesaplanırken, bilişsel empati boyutu için .82 olarak, duyuşsal empati boyutu için ise .93 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler geliştirilen ölçeğin güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Kişisel Bilgi Formu (KBF). Araştırma sürecinde deneysel çalışmaya katılan öğrencilere ait bilgilerin toplanması amacıyla dört maddeden oluşan KBF'den yararlanılmıştır. Formda öğrencilere ait kişisel bilgilerin yanı sıra öğrencilerin internete ve kişisel bilgisayara erişme durumları araştırılmıştır.

Materyal

Araştırmada otantik öğrenmenin uzaktan öğrenmeyle yürütüleceği platform olarak İneç (2012) tarafından geliştirilen Seyyah adlı uygulama seçilmiştir. Seyyah internet tabanlı bir coğrafi bilgi sistemleri uygulaması olup, sosyal bilgiler öğretimine yönelik geliştirilmiş çok yönlü bir programdır. Seyyah, ADDIE öğretim tasarımı modeline göre geliştirilmiştir. Seyyah'ın bu araştırmada kullanılabilmesi için bazı kodları ile veri tabanı geliştirilerek sürümü yükseltilmiş ve otantik öğrenmeye uygun hale getirilmiştir.

Geliştirme & Uyarlama Süreci. Araştırma kullanılan Seyyah adlı öğretim materyalinin geliştirilme süreci şu şekildedir:

ADDIE öğretim tasarımı modelinin ilk basamağı olan analiz aşaması, öğrenciye hangi konuların aktarılacağına belirlenmesi sürecidir. Bu basamakta İneç (2012) tarafından problem durumu tanımlanarak, çalışmanın hedef kitlesi tespit edilmiştir. Ardından bu kitlenin hazır bulunuşluk düzeylerinin ve ihtiyaçlarının analizi yapılmıştır.

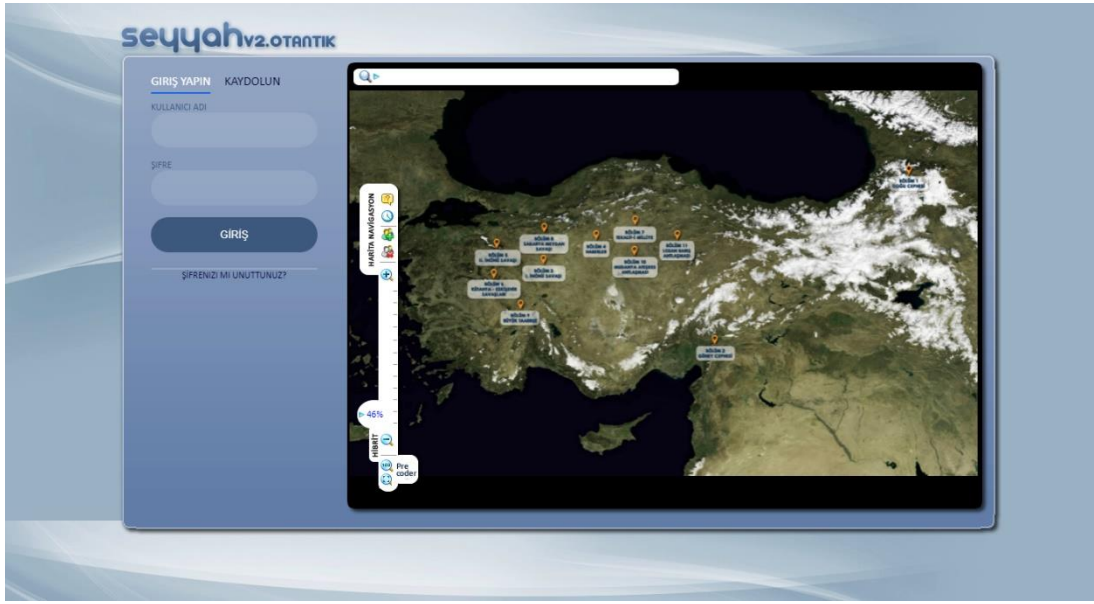
ADDIE öğretim tasarımı modelinin ikinci basamağı olan tasarım aşaması, belirlenen hedeflerin nasıl öğrenileceğinin planlanmasını kapsamaktadır. Bu aşamada Seyyah'ın taslak tasarımı ile öğrenme sürecinin tasarımı planlanmıştır. Araştırmada belirlenen hedeflere ulaşabilmek için kullanılacak olan materyallerin, süreçte yer alan etkinliklerin, öğretim yönteminin ve değerlendirmenin nasıl gerçekleştirileceğinin tasarımı yapılmıştır. Ders içeriğine bağlı olarak öğrenenlerin hedeflere ulaşabilmesi için Seyyah'ın grafik ara yüzü (GUI) tasarımı gerçekleştirilmiştir. Tasarımda yer alan ve sıkça kullanılacak olan harita navigasyonunun ve bilgi panelinin konumları belirlenmiştir. Tasarım sürecinde öğrencilerin görsel algılarına hitap eden küçük simgeler kullanılmıştır (İneç, 2012).

ADDIE öğretim tasarımı modelinin üçüncü basamağı olan geliştirme aşamasında, süreçte kullanılması planlanan Seyyah hazır hale getirilmektedir (İneç ve Akpınar, 2012). Tasarımın bu aşamasında İneç tarafından çeşitli program dilleri ile Seyyah uygulamasının fonksiyonları ayarlanmış ve uygulama çalışır hale getirilmiştir (İneç, 2012).

ADDIE öğretim tasarımı modelinin dördüncü basamağı olan uygulama aşamasında, İneç tarafından tasarımı gerçekleştirilen Seyyah uygulaması öğrencilere sunulmuştur. Seyyah uygulamasının tanıtımı yapıldıktan sonra öğrenciler öğrenmeye Seyyah uygulaması ile devam etmiştir (İneç, 2012).

ADDIE öğretim tasarımı modelinin son basamağı olan değerlendirme aşaması, öğretim sürecinin etkililiğinin tespit edildiği ve geri dönütlerin alındığı aşamadır. İneç (2012) tarafından bu aşamada bir akademik başarı testi uygulanmıştır. Testten elde edilen veriler ile öğrencilerin süreçte gerçekleştirmiş olduğu etkinlikler incelenerek analiz edilmiştir.

Uzaktan Eğitim Sisteminin (Seyyah) Kullanımı. Sistem otantik öğrenmeyi gerçekleştirmeye uygun olup, internet bağlantısı bulunan bütün cihazlar ile sisteme erişim sağlanabilmektedir. Aşağıdaki görselde Seyyah uygulamasının genel görünümü belirtilmiştir. Zemine yerleştirilen Türkiye haritası üzerinde olayların yaşandığı yerler ikonlarla gösterilmiştir (Şekil 1).



Şekil 1. Otantik uzaktan eğitim sistemi (Seyyah v2.0)

Öğrenciler Seyyah'a erişebilmek için sol tarafta yer alan kullanıcı adı ve şifre bölümünden, kendileri için belirlenen kullanıcı adı ve şifrelerle sisteme erişerek navigasyon pencerelerinde iş birliği içerisinde bilgi yapılandırmaktadır. Ancak bu çalışma için Seyyah'ın navigasyon pencereleri otantik öğrenme stratejisini gerçekleştirmek amacıyla senaryo tabanlı ve kanıt temelli öğrenmeye uygun hale getirilmiştir. Bunun içinse konuyla bağlantılı türküler kanıt temelli öğrenme için tespit edilmiş ve stüdyo ortamında seslendirilerek senaryolaştırılan içeriğe entegre edilmiştir. Bu şekilde oluşturulan otantik içerikler navigasyon pencerelerinde görüntülenmektedir. Seyyah'ın navigasyon haritası ise milli mücadelenin gerçekleştirildiği coğrafyayı kapsayacak şekilde oluşturulmuştur. Öğrencilerin bu harita üzerindeki etkileşimi gerçekleştirmeleri içinse navigasyon pencerelerinde iş birliği yaparak sosyal bir ortam oluşturmaları ve böylece kendi ürünlerini yaratmaları amaçlanmıştır (Şekil 2).



Şekil 2. Seyyah v2.0

Seyyah'ın öğrencilere tanıtımı için bir kullanım kılavuzu oluşturulmuştur. Seyyah'a erişim ise ikinci araştırmacıya ait olan <https://www.precoder.net/> alan adı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Öğrenciler adresi açtıktan sonra giriş ekranına kendilerine verilen kullanıcı adı ve şifrelerle erişim sağlamış, ardından Seyyah'ın ana sayfasına yönlendirilmiştir. Öğrenciler, ünitenin ilk konusunu birinci, ünite planına göre ilerleyen konuları ise sırasıyla ve öz-düzenlemeye uygun bir şekilde görmüşlerdir. Bu nedenle öğrencilerin Seyyah'ı kullanmak için özel bir beceriyi kullanmaları gerekmemektedir.

Seyyah, otantik öğrenme stratejisine uygun olarak tasarlandığından öğrencilerin uzaktan öğrenme faaliyetlerini desteklemesi ve gerçekleştirmesi için deney grubuna belirlenen çalışma takvimine göre uygulanmıştır. Sistem üzerindeki aşamalar, ünite planına göre tasarlanmış ve sistemin veri tabanına yüklenmiştir. Bu bağlamda işleyiş bütünüyle ünite planına uygun olarak yürütülmüştür.

Pandemi sürecinde okulların tamamen uzaktan eğitime geçmesiyle Seyyah üzerindeki tüm öğretim faaliyetleri gerçekleştirilebilmektedir. Yüz yüze eğitimin olduğu durumda ise Seyyah FATİH projesine entegre çalışabildiğinden öğretmenler tarafından kullanılabilir. Ayrıca Seyyah formal ve informal ortamlarda öğrencilerin erişimine sürekli açık durumdadır.

Verilerin Toplanması

Araştırma 2020-2021 güz yarısında gerçekleştirilmiştir. Birinci araştırmacı dersi yürütecek olan öğretmen ile görüşmüştür. Sürecin nasıl gerçekleştirileceği ve geliştirilen uygulama (Seyyah) hakkında detaylı bilgi sunulmuştur.

Araştırmaya katılan deney ve kontrol gruplarına “Millî Bir Destan: Ya İstiklal Ya Ölüm!” ünitesi için on dört ders saatini kapsayan bir zaman dilimi ayrılmıştır (Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], 2018). Süreçte deney grubu otantik bir uzaktan öğrenme sistemiyle ders işlemiştir, kontrol grubu ise oluşturulan bu ortamdan etkilenmeden sürece devam etmiştir. Araştırma sürecinin başında deney ve kontrol gruplarına TCİTADABT, TCİTADYTÖ, TEÖ ön test olarak uygulanmış, araştırma sonunda ise yine bu ölçekler son test olarak uygulanmıştır. Bunlara ek olarak deney grubu öğrencilerine ilişkin faaliyetler Seyyah’ın veri tabanından anlık olarak takip edilmiştir. Deney ve kontrol gruplarına ilişkin bilgileri betimleyen Tablo 1 aşağıda verilmiştir.

Tablo 1. Öğrenci bilgileri

Özellik	Boyut	Deney Grubu		Kontrol Grubu	
		<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Cinsiyet	Kız	16	53,3	8	33,3
	Erkek	14	46,7	16	66,7
Aylık ortalama gelir	1500- 2500 TL	6	20	3	8,82
	2500 TL ve üzeri	24	80	21	91,18
Bilgisayara sahip olma	Evet	25	83,3	20	83,3
	Hayır	5	16,7	4	16,7
İnternete sahip olma	Evet	28	93,3	21	87,5
	Hayır	2	6,7	3	12,5

Tablo 1’e göre grupların bilgisayara sahip olma yönünden eşit, internete sahip olma yönünden ise deney grubu lehine bir farklılık olduğu görülmektedir. Ancak aylık ortalama gelir ise kontrol grubunun lehinedir. Bu bağlamda elde edilecek sonuçlar fırsat eşitliğinin sağlanması açısından önemli olup, genel tablo ise grupların eşit olarak ifade edilmesini sağlayabilir.

Verilerin Analizi

Araştırmanın birinci alt problemine ilişkin cevap elde edebilmek amacıyla TCİTADABT katılımcılara ön-test, son-test olarak uygulanmış olup elde edilen veriler arasında anlamlı bir farklılığın tespiti için bağımsız gruplar t-testinden yararlanılmıştır.

Araştırmanın ikinci alt problemine cevap bulabilmek için katılımcılara TCİTADYTÖ öğrencilere ön-test, son-test olarak uygulanmış olup, elde edilen veriler arasındaki farklılığın tespiti için bağımsız gruplar t-testinden faydalanılmıştır.

Araştırmanın üçüncü alt problemine ilişkin cevap elde edebilmek amacıyla katılımcılara TEÖ ön-test, son-test olarak uygulanmış olup ulaşılan veriler arasında farklılığın yönü ve düzeyinin tespiti için bağımsız gruplar t-testinden yararlanılmıştır.

Etik Kurul İzni

Araştırma, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'nun 30/11/2020 tarih ve 10/20 protokol numaralı Etik Kurul onayıyla gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Çalışmanın alt problemleri doğrultusunda TCİTADABT'den, TCİTADTYÖ ve TEÖ'den elde edilen ön test son test verilerine ilişkin nicel bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Birinci Alt Problem

Araştırmada birinci alt problem olarak “Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah) öğrencilerin akademik başarılarına etkisi nedir?” sorusu belirlenmiştir. Bu soruya yanıt bulabilmek amacıyla deney ve kontrol grubundaki öğrencilere TCİTADABT ön-test, son-test olarak uygulanmıştır. Elde edilen ön-test, son-test sonuçları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını tespit edebilmek için veriler SPSS veri analiz programı kullanılarak bağımsız gruplar t-testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 2. Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin TCİTADABT ön-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	13,8667	6,55	52	-,161	,872
Kontrol Grubu	24	14,1667	7,08			

Tablo 2 incelendiğinde deney grubunun TCİTADABT ön testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=13,8667$ olarak belirlenirken, kontrol grubunun TCİTADABT ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=14,1667$ olarak belirlenmiştir. Tablo 2'ye göre deney ve kontrol gruplarının ön-test sonuçlarına bakıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir [$t(52)= -,161;p>.05$]. Bu sonuca göre deney ve kontrol gruplarının uygulama süreci öncesinde birbirlerine denk olduğu ifade edilebilir.

Tablo 3. Deney ve kontrol grubu öğrencilerinin TCİTADABT son-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	22,1333	4,89	52	6,306	,000
Kontrol Grubu	24	12,2083	6,66			

Tablo 3 incelendiğinde deney grubunun TCİTADABT son-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=22,1333$ olarak tespit edilirken, kontrol grubunun TCİTADABT son-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=12,2083$ olarak tespit edilmiştir. Tablo 3'e göre deney ve kontrol gruplarına son-test olarak uygulanan TCİTADABT sonucunda gruplar arası anlamlı bir farklılık bulunmuştur [$t(52)= 6,306;p<.05$]. Bulunan bu fark deney grubu lehine olmuştur.

Elde edilen bu bulgular doğrultusunda, otantik bir uzaktan öğrenme sistemi kullanılan deney grubu öğrencilerinin, bu sisteme dahil edilmeyen kontrol grubu öğrencilerine göre daha başarılı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi “Milli Bir Destan: Ya İstiklal Ya Ölüm” ünitesi konularının öğretilmesi için geliştirilen otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin dersi öğretme sürecinde kullanılmasının öğrencilerinin başarılarını olumlu etkilediği görülebilir.

İkinci Alt Problem

Araştırmada ikinci alt problem olarak “Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah’ın) öğrencilerin derse yönelik tutumlarına etkisi nedir?” sorusu belirlenmiştir. Bu soruya cevap bulabilmek amacıyla deney ve kontrol grubundaki öğrencilere TCİTADYTÖ ön-test, son-test olarak uygulanmıştır. Elde edilen ön-test, son-test sonuçları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirleyebilmek için bağımsız gruplar t-testi analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular kullanılan ölçeğin alt boyutlarını kapsayacak şekilde aşağıda tablolarla gösterilmiştir.

Sevgi Alt Boyutu.

Tablo 4. Deney ve kontrol gruplarının TCİTADYTÖ, sevgi alt boyutundan elde edilen ön-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	59,4667	9,0467	52	,616	,542
Kontrol Grubu	24	57,9167	9,3572			

Tablo 4 incelendiğinde deney grubunun TCİTADYTÖ sevgi alt boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x} = 59,4667$ olarak tespit edilirken, kontrol grubunun TCİTADYTÖ sevgi alt boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x} = 57,9167$ olarak tespit edilmiştir. Tablo 4’e göre deney ve kontrol gruplarına ön-test olarak uygulanan TCİTADYTÖ sevgi alt boyutu sonuçlarında gruplar arası anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür [$t(52) = ,616; p > .05$]. Bu sonuca göre kontrol ve deney grubu öğrencilerinin denk olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Deney ve kontrol gruplarının TCİTADYTÖ, sevgi alt boyutundan elde edilen son test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	65,6000	4,0137	52	4,931	,000
Kontrol Grubu	24	58,0833	7,0520			

Tablo 5 incelendiğinde deney grubunun TCİTADYTÖ sevgi alt boyutu son- testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x} = 65,6000$ olarak tespit edilirken, kontrol grubunun TCİTADYTÖ sevgi alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x} = 58,0833$ olarak tespit edilmiştir. Tablo 5’e göre deney ve kontrol gruplarına son-test olarak uygulanan TCİTADYTÖ sevgi alt boyutu sonuçlarında gruplar arası anlamlı bir farklılık belirlenmiştir [$t(52) = ,4,931; p < .05$]. Belirlenen bu fark deney grubu lehinedir.

İlgi Alt Boyutu.

Tablo 6. Deney ve kontrol gruplarının TCİTADYÖ, ilgi alt boyutundan elde edilen ön-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	20,9261	3,027	52	,917	,542
Kontrol Grubu	24	20,8273	4,007			

Tablo 6 incelendiğinde deney grubunun TCİTADYÖ, ilgi alt boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=20,9261$ olarak ölçülürken, kontrol grubunun TCİTADYÖ ilgi alt boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}= 20,8273$ olarak ölçülmüştür. Tablo 6'ya göre deney ve kontrol gruplarına ön-test olarak uygulanan TCİTADYÖ ilgi alt boyutu sonuçlarında gruplar arası anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür [$t(52) = ,917; p>.05$]. Bu sonuca göre kontrol ve deney grubu öğrencilerinin uygulama öncesinde denk olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Deney ve kontrol gruplarının TCİTADYÖ, ilgi alt boyutundan elde edilen son-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	23,9000	1,47040	52	4, 803	,001
Kontrol Grubu	24	20,6234	3,35977			

Tablo 7 incelendiğinde deney grubunun TCİTADYÖ ilgi alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}=23,9000$ olarak belirlenirken, kontrol grubunun TCİTADYÖ ilgi alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}= 20,6234$ olarak belirlenmiştir. Tablo 7'ye göre deney ve kontrol gruplarına son-test olarak uygulanan TCİTADYÖ ilgi alt boyutu sonuçlarında gruplar arası anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir [$t(52)= , 4,803;p< .05$]. Tespit edilen bu fark deney grubu lehinedir.

Önem Alt Boyutu.

Tablo 8. Deney ve kontrol gruplarının TCİTADYÖ, önem alt boyutundan elde edilen ön-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	17,8453	2,4506	52	-,136	,892
Kontrol Grubu	24	17,9167	1,9318			

Tablo 8 incelendiğinde deney grubunun TCİTADYÖ önem alt boyutu ön- testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=17,8453$ iken, kontrol grubunun TCİTADYÖ alt boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}= 17,9167$ 'dir. Tablo 8'e göre deney ve kontrol gruplarına ön-test olarak uygulanan TCİTADYÖ önem alt boyutu sonuçlarında gruplar arası anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir [$t(52)=,892;p>.05$]. Dolayısıyla kontrol ve deney grubu öğrencilerinin uygulama öncesinde denk olduğu ifade edilebilir.

Tablo 9. Deney ve kontrol gruplarının TCİTADYTÖ, önem alt boyutundan elde edilen son-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	20,4680	,89443	52	4,904	,000
Kontrol Grubu	24	17,6250	1,71471			

Tablo 9 incelendiğinde deney grubunun TCİTADYTÖ önem alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}=20,4680$ olarak ölçülürken, kontrol grubunun TCİTADYTÖ önem alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}=17,6250$ olarak ölçülmüştür. Tablo 9 doğrultusunda deney ve kontrol gruplarına son-test olarak uygulanan TCİTADYTÖ önem alt boyutu sonuçlarında gruplar arası anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir [$t(52)= 4,904; p < .05$]. Tespit edilen bu fark deney grubu lehinedir.

Bulgular doğrultusunda T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi “Ya İstiklal Ya Ölüm” ünitesi konuları için geliştirilen otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin, öğrencilerin derse yönelik tutumlarına pozitif yönde etki ettiği söylenebilir.

Üçüncü Alt Problem

Araştırmanın üçüncü alt problemi olarak “Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah’ın) öğrencilerin tarihsel empati becerilerine etkisi nedir?” sorusu belirlenmiştir. Bu soruya cevap bulabilmek için deney ve kontrol grubundaki öğrencilere TEÖ ön-test, son-test olarak uygulanmıştır. Bu ölçekten elde edilen ön-test, son-test verileri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit edebilmek için bağımsız gruplar t-testi analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgular ölçeğin, bilişsel ve duyuşsal empati alt boyutlarını kapsayacak şekilde incelenerek aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

Tablo 10. Deney ve kontrol gruplarının TEÖ, bilişsel empati alt boyutundan elde edilen ön-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	20,9333	5,5828	52	-,1492	,142
Kontrol Grubu	24	21,3750	6,4391			

Tablo 10 incelendiğinde deney grubunun TEÖ, bilişsel empati boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=20,9333$ olarak tespit edilirken, kontrol grubunun TEÖ bilişsel empati boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}= 21,3750$ olarak belirlenmiştir. Tablo 10’a göre deney ve kontrol gruplarına ön-test olarak uygulanan TEÖ bilişsel empati alt boyutu sonucunda gruplar arası anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir [$t(52)= -,1492; p > .05$]. Bu tespit sonucunda deney ve kontrol grubu öğrencilerinin uygulama öncesinde birbirlerine denk oldukları söylenebilir.

Tablo 11. Deney ve kontrol gruplarının TEÖ bilişsel empati alt boyutundan elde edilen son-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	33,3667	2,04237	52	7,316	,000
Kontrol Grubu	24	21,4167	6,01387			

Tablo 11'e göre deney grubunun TEÖ bilişsel empati alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}= 33,3667$ olarak tespit edilirken, kontrol grubunun TEÖ bilişsel empati alt boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}= 21,4167$ olarak belirlenmiştir. Tablo 11 incelendiğinde deney ve kontrol gruplarına son test olarak uygulanan TEÖ bilişsel empati alt boyutu sonucunda gruplar arası anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir [$t(52)=-,7,316;p<.05$]. Tespit edilen bu fark deney grubu lehinedir.

Tablo 12. Deney ve kontrol gruplarının TEÖ duyuşsal empati alt boyutundan elde edilen ön-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	18,0333	4,18934	52	-2,438	,18
Kontrol Grubu	24	20,5833	3,29580			

Tablo 12 incelendiğinde deney grubunun TEÖ duyuşsal empati boyutu ön- testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}=18,0333$ olarak tespit edilirken, kontrol grubunun TEÖ duyuşsal empati boyutu ön-testinden aldığı toplam puan ortalaması $\bar{x}= 20,5833$ olarak belirlenmiştir. Tablo 12'ye göre deney ve kontrol gruplarına ön-test olarak uygulanan TEÖ duyuşsal empati alt boyutu sonucunda gruplar arası anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir [$t(52)=-2,438;p>.05$]. Bu tespit sonucunda deney ve kontrol grubu öğrencilerinin uygulama öncesinde birbirlerine denk oldukları ifade etmek mümkündür.

Tablo 13. Deney ve kontrol gruplarının TEÖ duyuşsal empati alt boyutundan elde edilen son-test puanlarına ilişkin bağımsız gruplar t-testi sonucu

	N	\bar{x}	S	sd	t	p
Deney Grubu	30	24,5000	4,7682	52	6,382	,000
Kontrol Grubu	24	19,8750	3,8820			

Tablo 13 incelendiğinde deney grubunun TEÖ duyuşsal empati alt boyutu son- testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}=24,500$ olarak ölçülürken, kontrol grubunun TEÖ duyuşsal empati boyutu son-testinden elde ettiği toplam puan ortalaması $\bar{x}=19,8750$ olarak ölçülmüştür. Tablo 13'e göre deney ve kontrol gruplarına son-test olarak uygulanan TEÖ duyuşsal empati alt boyutu sonucunda gruplar arası anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir [$t(52)=6,382;p<.05$]. Tespit edilen bu fark deney grubu lehinedir.

Bulgular, T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi Ya İstiklal Ya Ölüm ünitesi konuları için geliştirilen otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin öğrencilerin tarihsel empati yapabilme becerilerine katkı sağladığını ortaya koymaktadır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah) öğrencilerin akademik başarılarına etki düzeyi nedir? alt problemine ait sonuçlar ve tartışmalar

Deney grubu öğrenme sürecini otantik bir uzaktan öğrenme sistemi olan Seyyah uygulaması ile gerçekleştirmiştir. Kontrol grubuna ise müdahale edilmemiştir. Yapılan analizler sonucunda deney ve kontrol gruplarının akademik başarıları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farkın deney grubu lehine olması, otantik bir uzaktan öğrenme sistemi olan Seyyah'ın akademik başarıyı arttırmada etkili olduğunu desteklemektedir.

Otantik öğrenme yaklaşımının incelendiği benzer çalışmalarda da akademik başarının araştırıldığı tespit edilmiştir. Bu sebeple mevcut çalışmalar ve bu araştırmadan elde edilen sonuçları karşılaştırmak ve desteklemek mümkündür. Bu araştırmalar şu şekildedir:

Gençoğlan (2017) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada otantik öğrenme farklı yöntemlerle harmanlanmış ve uygulanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin akademik başarılarında istatistiksel olarak anlamlı bir fark elde edilmiştir. Aydın (2019) tarafından yapılan çalışmada, otantik öğrenme etkinliklerinin kullanımının ders başarısını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Johnson (2007) tarafından yürütülen çalışmada, otantik değerlendirmenin kullanımının başarıyı artırdığı görülmüştür. İneç (2017) tarafından yapılan çalışmada, geo-medya destekli otantik öğrenme ortamı öğrenenlere sunulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre deney grubu öğrencilerinin akademik başarılarının kontrol grubuna göre daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Bruffy (2012) tarafından yapılan çalışmada, otantik görev kullanımının öğrencilerin akademik başarıları üzerindeki etkisinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kim (2003) tarafından yapılan çalışmada, yapılandırmacı anlayışa uygun olarak düzenlenen sınıflarda, otantik değerlendirme kullanımının öğrenci başarısına pozitif etki ettiği tespit edilmiştir. Koçyiğit ve Zembat (2013) tarafından yürütülen çalışmada, süreçte otantik görev temelli öğretim programının, öğretmen adaylarının başarılarına olumlu yönde etki ettiği belirtilmiştir.

Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah) öğrencilerin derse yönelik tutumlarına etkisi nedir? alt problemine ait sonuçlar ve tartışmalar

Otantik bir uzaktan öğrenme sistemi olan Seyyah uygulaması ile öğrenme sürecini gerçekleştiren deney grubu öğrencilerinin derse yönelik tutumlarının, kontrol grubu öğrencilerine göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ölçme aracının sevgi, ilgi ve önem alt boyutları sonucuna bakıldığında, deney grubu öğrencileri kontrol grubu öğrencilerine göre anlamlı yönde bir değişim göstermiştir. Bu durum ise geliştirilen otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin öğrencilerin derse yönelik tutumlarını geliştirmek ve pozitif yönde değiştirmek için oldukça faydalı olduğunu göstermektedir.

Otantik öğrenme yaklaşımının kullanıldığı benzer araştırmalarda da derse yönelik tutum boyutu araştırılmıştır. Benzer araştırmalardan elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

Azarmi (2010) tarafından yapılan çalışmada, derslerde sunulan oyunları kazanmanın, deney grubu öğrencilerini süreçte daha fazla motive ettiği belirlenmiştir. Güneş, Arıkan ve Çetin (2020) tarafından yapılan çalışmada ilk kez otantik CBS uygulamalarına ilişkin tutum ölçeği uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar deney grubu öğrencilerinin tutumlarının olumlu yönde etkilendiğini göstermektedir. Hamurcu (2016) tarafından yapılan çalışmada otantik öğrenme sürecinin, Türkçe dersine yönelik öğrenci tutumlarını pozitif yönde etkilediği ifade edilmiştir. Gündoğan (2017) tarafından yürütülen çalışmada, otantik görev temelli öğrenme ortamlarının öğrencilerin Hayat Bilgisi dersine yönelik tutumlarına pozitif yönde etki ettiği belirlenmiştir. Blum (2002) tarafından yapılan çalışma, otantik öğrenme deneyimlerinin öğrencilerin matematik dersine yönelik pozitif yönde tutum geliştirmelerine fırsat sunduğunu göstermektedir. Koçyiğit (2011) tarafından yapılan çalışmada deney grubu öğretmen adaylarının derse karşı tutumlarının uygulama sonrasında anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Nişancı (2013) tarafından yapılan çalışmada otantik İngilizce şarkıların öğrencilerin akademik ve duygusal konulardaki algılarına ilişkin olumlu yönde etki ettiği tespit edilmiştir. Sellüm (2020) tarafından yapılan çalışmada ise fen bilimleri dersine yönelik tutum ölçeği uygulanmış ve deney grubu ile kontrol grubu arasında anlamlı bir farklılık elde edilememiştir. Ancak uygulanan ölçeğin istekli/isteksiz olma alt boyutunda her iki grubun da kendi içinde son test puanları lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada otantik öğrenme uygulamalarının derse yönelik tutuma nötr etki ettiğini ifade etmek mümkündür.

Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin (Seyyah) öğrencilerin tarihsel empati becerilerine etkisi nedir? alt problemine ait sonuçlar ve tartışmalar

Otantik bir uzaktan öğrenme sistemi olan Seyyah ile süreçte öğrenenlere çeşitli senaryolarla desteklenen videolar sunulmuştur. Bu videoları izleyen öğrencilerin o dönemi algılamaları ve tarihsel empati yapabilme becerilerinin geliştirilmesi beklenmiştir. Tarihsel empati düzeylerinin belirlenebilmesi için iki alt boyutu olan bir ölçek kullanılmıştır. Ölçekten elde edilen bulgular deney grubu öğrencilerinin kontrol grubu öğrencilerine göre tarihsel empati becerilerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık sağladığını göstermektedir. Dolayısıyla geliştirilen bu sistemin öğrencilerin tarihsel empati yapabilme becerilerinin geliştirilmesi sürecinde etkili olduğunu ifade etmek mümkündür.

Literatürde otantik öğrenme yaklaşımı ile çeşitli becerileri ve bunların yansıtılma düzeylerini tespit etmek için gerçekleştirilmiş araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalardan bazıları şu şekildedir:

Pullu (2019) tarafından yapılan çalışmada otantik görev odaklı uygulama kullanımının, deney grubu öğrencilerinin problem çözme becerilerinin, kontrol grubu öğrencilerine göre daha fazla geliştiğini göstermektedir. Kinay (2015) tarafından yürütülen çalışmada otantik değerlendirme yaklaşımına uygun uygulamalar kullanılmıştır. Araştırma sonucunda bu uygulamaların öğretmen adaylarının problem çözme becerilerinin geliştirilmesinde daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Nas (2020) tarafından yapılan çalışmada otantik öğrenme sürecine katılan öğrenenlerin, yaratıcı problem çözme

becerilerinin pozitif yönde etkilendiği belirlenmiştir. Bařtürk (2019) tarafından yürütölen çalışmada otantik öğrenme uygulamaları kullanılmıştır. Bu uygulamaların öğrencilerin eleştirel dűřünme becerilerini geliştirdiği ifade edilmiştir. Aynas (2018) tarafından yapılan çalışmada otantik öğrenme uygulamalarının deney grubu öğrencilerinin problem çözme becerilerine pozitif yönde etki ettiğini gösterirken, aynı zamanda kendilerini ifade edebilme becerilerini de olumlu yönde geliştirdiği tespit edilmiştir. Özenođlu ve Baltacı (2021) tarafından yürütölen çalışma otantik görev odaklı uygulamalar ile gerçekleştirilmiştir. Ancak bu uygulamalar öğrencilerin problem çözme becerilerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık meydana getirmemiştir. Dolayısıyla çalışmada otantik görev odaklı uygulamaların, öğrencilerin becerilerini geliştirmelerinde etkisiz olduğunu ifade etmek mümkündür.

Otantik bir uzaktan öğrenme sisteminin öğrencilerin akademik başarılarını artırdığı, derse yönelik tutumlarına olumlu yönde etki ettiği ve tarihsel empati yapabilme becerilerini geliştirdiği görölmektedir. Genel itibarıyla bakıldığında ise araştırmadan elde edilen nicel sonuçlar ile literatür taramasından elde edilen nicel sonuçlar birbirini desteklemektedir.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda çeşitli önerilerde bulunulabilir. Bunlar;

- Seyyah'ın disiplinler arası çoklu bir ortam uygulaması olması nedeniyle diğer derslere entegre edilmesi yeni araştırmaların tasarlanmasını sağlayabilir,
- Seyyah, pandemi döneminde birçok öğrenciye öğrenme deneyimi sağladığından, yaygın bir uzaktan öğrenme sistemi olarak kullanılabilir,
- Seyyah ile empati, kanıt kullanma, harita okuryazarlığı, konum analizi, zaman ve kronolojiyi algılama gibi becerilerin geliştirilmesi için çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, B. (2009). Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi dersinin öğretimine yönelik bir durum değerlendirmesi (Gazi Üniversitesi örneği). *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(1), 29-52.
- Altıkulaç, A. (2014). *Türkiye Cumhuriyeti İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersinde hatıratların kullanımının öğrenme sürecine etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Aydın, O. (2019). *Otantik öğrenme ortamlarının 4. sınıf matematik ders başarısı ve akademik özgüvenlerine etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur, Türkiye.
- Aynas, N. (2018). *Fen bilimleri dersinde otantik öğrenme uygulamalarını etkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van, Türkiye.
- Azarmi, S. (2010). *The use of authentic games in English language teaching* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Baştürk, G. (2019). *Otantik öğrenme uygulamalarının öğrencilerin eleştirel düşünme becerileri ve sosyal bilgiler dersine yönelik tutumlarına etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
- Bektaş, M. & Horzum, M. B. (2014). *Otantik Öğrenme*. Ankara: Pegem Akademi.
- Bektaş, M. & Horzum, M. B. (2019). Eğitim ve otantik öğrenme. İçinden B. Ata, M. Bektaş & M. B. Horzum (Ed.), *Otantik Öğrenme* (pp. 1-48). Ankara: Vize Akademik.
- Bektaş, M. & Horzum, M. B. (2019). Otantik öğrenmede kullanılabilir yöntem- Teknik ve Uygulama Örnekleri. İçinden B. Ata, M. Bektaş ve M. B. Horzum (Ed.), *Otantik Öğrenme* (pp. 75-100). Ankara: Vize Akademik.
- Blum, K. M. (2002). *Enhancement of student learning and attitude towards mathematics through authentic learning experiences* (Yayımlanmamış doktora tezi). Curtin University, Avustralya.
- Bruffy, W. R. (2012). *Authentic tasks: a participatory action research study on a teaching method for the inclusive classroom* (Yayımlanmamış doktora tezi). Northeastern University, Boston, ABD.
- Cresswell, J. W. (2016). *Araştırma deseni. Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları* (Çev. Ed. S. B. Demir), Ankara: Eğiten Kitap.
- Çalışkan, H. & Demir, B. (2019). Ergenlerde tarihsel empati ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Turkish History Education Journal*, 8(1), 129-149. <https://doi.org/10.17497/tuhed.557538>
- Duran, M. (2014). *Araştırmaya dayalı öğrenme yaklaşımının maddenin tanecikli yapısı ünitesi kavramsal anlama düzeyi ve bazı öğrenme çıktıları üzerine etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Gençoğlan, D. M. (2017). *Otantik örnek olay destekli argümantasyon tabanlı bilim öğrenme yaklaşımının 8. sınıf öğrencilerinin asitler ve bazlar konusundaki başarılarına, tutum ve bilimsel süreç becerilerine etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, Türkiye.
- Gündoğan, A. (2017). *Hayat bilgisi dersinde otantik görev temelli öğrenme ortamlarını öğrencilerin derse yönelik tutumlarına ve öğrenme süreçlerine yansımaları* (Yayımlanmamış doktora tezi). Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.
- Güneş, G., Arıkan, A. & Çetin, T. (2020). Analysing the effect of authentic learning activities on achievement in social studies and attitudes towards geographic information system (GIS). *Participatory Educational Research (PER)*, 7(3), 247-264. <https://doi.org/10.17275/per.20.45.7.3>

- Hamurcu, G. C. (2016). *İlköğretim 7. sınıf Türkçe dersinde otantik öğrenmenin öğrencilerin problem çözme ve okuduğunu anlama becerileri ile derse ilişkin tutumlarına etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
- Hastürk, H. G & Çetin, A. (2020). Öğretmen adaylarının otantik öğrenme yaklaşımı ile ilgili görüşleri: çevre eğitimi. İçinden İ. Dökme & S. Benzer (Ed.), *Fen eğitimi araştırmalarında güncel bakış* (pp.129–144), Ankara: Akademisyen Yayınevi.
- İneç, Z. F. (2012). *Sosyal bilgiler eğitiminde internet tabanlı CBS uygulaması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erzincan Üniversitesi, Erzincan, Türkiye.
- İneç, Z. F. & Akpınar, E. (2012). A web based geographical information system application: Seyyah. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 111–130.
- İneç, Z. F. (2017). *Sosyal bilgiler dersinde geo-medya destekli otantik öğrenme ortamının öğrenmeye etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Erzincan Üniversitesi, Erzincan, Türkiye.
- İneç, Z. F. & Akpınar, E. (2017). Sosyal bilgilerin otantik öğretiminde yeni yaklaşımlar. *International Journal of Social Science Research*, 6(2), 46–65.
- İneç, Z. F. (2020a). Otantik öğrenme. İçinden İ. Kozikoğlu (Ed.), *Eğitimde Güncel Yaklaşımlar* (pp.17–36). Ankara: Pegem Akademi.
- İneç, Z. F. (2020b). Sosyal bilimlerde uzaktan eğitim çalışmalarının ders aktarım sistemleri açısından analizi. İçinden E. Yeşiltaş (Ed.), *Sosyal bilimlere uzaktan eğitimde bakış* (pp. 93-124). Ankara: Pegem Akademi.
- Johnson, Y. L. (2007). *The efficiency of authentic assessment versus pencil and paper testing in evaluating student achievement in a basic technology course* (Yayımlanmamış doktora tezi). Walden University, Minneapolis, ABD.
- Kalelioğlu, O. (2017). Üniversitelerde, Atatürk İlkeleri ve İnkılap dersleri nasıl olmalıdır? *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*. 3(2). 183 – 194.
- Kılıç, S. (2013). Örneklemeye yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44–46. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>
- Kim, S. (2003). The effect of authentic assessment strategy on students achievement in a constructivist classroom. İçinden A. Rossett (Ed.), *Proceedings of E-Learn 2003-World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education* (pp. 257-260). Phoenix, Arizona, ABD: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).
- Kinay, İ. (2015). *Otantik değerlendirme yaklaşımının öğretmen adaylarının problem çözme becerileri ile öğrenmeye ve katılımcı değerlendirmeye yönelik inançlarına etkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye.
- Koçyiğit, S. (2011). *Otantik görev odaklı yapılandırmacı yaklaşımın öğretmen adaylarının başarılarına, derse karşı tutumlarına ve problem çözme becerilerine etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Koçyiğit, S. & Zembat, R. (2013). Otantik görevlerin öğretmen adaylarının başarılarına etkisi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(3), 291-303.
- Körhasan, A. (2022). *Ortaöğretim Türkiye Cumhuriyeti İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi öğretim programının değerlendirilmesi (2018)*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Ankara, Türkiye.
- Kulakaç, E. E. (2020). *Ortaokul 5. sınıf öğrencilerinin matematik motivasyonları ile öğrenme stratejileri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Sakarya ili örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
- Lombardi, M. M. (2007). Authentic learning for the 21st century an overview. *Educause*.

- Millî Eğitim Bakanlığı [MEB], (2018). *T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersi öğretim programı (Ortaokul 8. Sınıf)*, Ankara. <http://mufredat.meb.gov.tr/Dosyalar/201812104016155-inkilap%20tarihi%20ve%20ataturkculuk%20ogretim%20programi.pdf> Erişim tarihi: 13.07.2020.
- Mims, C. (2003). *Authentic learning: a practical introduction & guide for implementation*. Meridian. https://meridian.ced.ncsu.edu/archive/win2003/authentic_learning/. Erişim tarihi: 25.08.2020.
- Nişancı, İ. (2013). *Otantik şarkıların İngilizce öğretiminde kullanımı: öğrenci algıları analizi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dicle Üniversitesi, Diyarbakır, Türkiye.
- Özenoğlu, Y. E. & Baltacı, Ş. (2021). Grupla robotik programlamada otantik görev odaklı uygulamaların problem çözme becerileri üzerindeki etkisi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(2), 568-623. DOI: 10.19171/uefad.873423
- Pullu, E. K. (2019). *Programlama öğretiminde otantik görev odaklı uygulamaların öğrencilerin akademik başarısına, tutumlarına, problem çözme ve yaratıcı düşünme becerilerine etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye.
- Rule, A. C. (2006). The components of authentic learning. *Journal of Authentic Learning*, 3(1), 1-10.
- Sellüm, F. S. (2020). *Fen bilimleri dersinde otantik öğrenme uygulamalarının öğrencilerin karar verme becerilerine ve bu derse yönelik tutumlarına etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
- Sezen, S. (2020). *Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi dersinin uzaktan eğitim yoluyla verilmesi konusunda öğrenciler ve öğretim elemanları ne düşünüyor?: Tek durumlu bir örnek olay çalışması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2020). *Otantik*. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğü.
- Uyar Uslan, E. (2006). *Öğrenme stratejileri kullanımının ingilizce dilbilgisi başarısı üzerindeki etkiliği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, Türkiye.
- Yanpar Şahin, T. (1994). İlkokul 4. Sınıf sosyal bilgiler dersinde akademik benlik kavramı, ders içi öğrenme ve ders dışı çalışma yolları ile başarı ilişkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10, 43-48.
- Yeşiltaş, E. & Yılmaz, A. (2015). T.C. İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük dersine yönelik tutum ölçeği; geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(3), 233-254.

Geliş Tarihi:

25.05.2022

Kabul Tarihi:

16.10.2022


Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Varga, L., & Macar, E. (2022).
Macar lise tarih ders kitaplarında
Osmanlı/Türklerin görsel temsili (1879–1990
arası yıllar). *İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1219-1256.
doi: 10.46928/iticusbe.1121510

MACAR LİSE TARİH DERS KİTAPLARINDA OSMANLI/TÜRKLERİN GÖRSEL TEMSİLİ (1879–1990 ARASI YILLAR)


Araştırma

Lilla Varga 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Yıldız Teknik Üniversitesi

lilla_v88@hotmail.com

Prof. Dr. Elçin Macar 

Yıldız Teknik Üniversitesi

elcinmacar@yahoo.com

Lilla Varga, Yıldız Teknik Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde Doktora programı öğrencisidir.

Elçin Macar, 2000 yılından beri, Yıldız Teknik Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde çalışmaktadır. Türkiye ve Yunanistan'daki dinsel azınlıklar, devlet-kilise ilişkileri, nüfus mübadelesi başlıca ilgi alanlarını oluşturmaktadır.

MACAR LİSE TARİH DERS KİTAPLARINDA OSMANLI/TÜRKLERİN GÖRSEL TEMSİLİ (1879–1990 ARASI YILLAR)

Lilla Varga,
lilla_v88@hotmail.com
Prof. Dr. Elçin Macar
elcinmacar@yahoo.com

Özet

16. ve 17. yüzyılların büyük kısmında yaşanan Macaristan'daki Osmanlı hâkimiyeti dönemi Macar toplumsal belleğinde son derece önemli bir yere sahiptir. Bunun başlıca nedeni Macar lise tarih ders kitaplarında uzun uzadıya anlatılarak resmî eğitim yoluyla nesilden nesle aktarılmasıdır. Ders kitaplarındaki metinlerin incelenmesiyle bir milletin diğerine dair ön yargılarını ve basmakalıp fikirlerini yorumlamayı kendisine görev bilen imgebilim çalışmaları, görsellerin irdelenmesine gereken ilgiyi göstermeyerek imgeleri oluşturan bazı önemli öğeleri göz ardı etmektedir.

Amaç: Bu çalışma kapsamında ders kitaplarındaki görsellerin incelemesi esnasında dikkat edilmesi gereken hususlar tespit edildikten sonra, Macaristan'da 1879 ile 1990 yılları arasında kullanılan lise tarih ders kitaplarında 16–17. yüzyılların bağlamında başvuru görseller incelenmiştir.

Yöntem: Bu minvalde Osmanlı/Türklerin hangi semboller eşliğinde, nasıl duygular uyandıran sahneler içinde resmedildiği araştırılmıştır.

Bulgular: Böylece Macarların toplumsal hafızasında var olan Osmanlı/Türk imgesinin görsel bileşenleri belirlenip değerlendirilmiştir.

Özgünlük: Bu itibarla mümkün olduğu kadar fazla değişkenin hesaba katılmasıyla Macarların Osmanlı/Türlere dair benimsedikleri imgenin daha kapsayıcı ve açıklayıcı bir yorumu oluşturulmaya gayret edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görsel, Macaristan, Osmanlı Hâkimiyeti Dönemi, Osmanlı/Türk İmgesi, Tarih Ders Kitapları

JEL Sınıflandırması: I20

THE VISUAL REPRESENTATION OF THE OTTOMAN-TURKS IN HUNGARIAN HIGH SCHOOL HISTORY TEXTBOOKS (BETWEEN 1879–1990)

Abstract

Having greatly defined most of the 16th and 17th centuries, the Ottoman rule in Hungary occupies a quite distinguished place in Hungarian collective memory. It is due to the fact that, by being narrated at length in high school history textbooks, it is passed down from generation to generation by means of official education. Studies in the field of imagology aim at shedding light on the prejudice and stereotypes of one nation toward another with the research of written texts. However, by not giving enough attention to illustrations, it tends to overlook certain elements of importance.

Purpose: Within the scope of this work, after having determined the factors that should be born in mind while studying textbook illustrations, a research was carried out.

Method: It focused on the pictures featured in the context of the 16–17th centuries in high school history textbooks that were in use in Hungary between 1879 and 1990. Within this frame, the symbols with which Ottoman Turks are represented and the emotions stirred up by the scenes in which they were portrayed have been examined in detail.

Findings: Thus the visual components of the image of the Ottoman Turks in Hungarian collective memory have been established and evaluated.

Originality: By doing so, it has been attempted to formulate a more complete and demonstrative interpretation of the Ottoman Turkish image adopted by the Hungarians.

Keywords: Hungary, Illustrations, Image of the Ottoman Turks, Ottoman Rule, History Textbooks

JEL Classification: I20

GİRİŞ

Budin Kalesi'nin 1541'de Osmanlı'nın eline geçmesiyle başlayan ve 150 yıl sürecek olan Macaristan'daki Osmanlı hâkimiyeti dönemi, Macar tarihyazımında olduğu kadar Macarların toplumsal belleğinde de tayin edici bir yere sahiptir. Macarların tarihini bütünüyle ele aldığımız zaman 150 yıl oldukça kısa bir zaman zarfını teşkil ederse bile önemini günümüze kadar koruyabilmesi aşikârdır. Bu hususu ise büyük ölçüde her zamanki eğitim politikası tarafından hatırlanması istenilen tarihî bilgileri nesilden nesle aktaran tarih ders kitaplarına borçluyuz (aktaran Karlovitz, 2001, s. 59). Bu nedenle Macar tarih ders kitaplarını incelediğimiz zaman Macarların Türklere dair nasıl bilgilere ve değer yargılarına sahip olduklarını bir nebze de olsa tahmin etmemiz mümkündür.

Millî tarihin ezberlenmesi öngörülen bilgilerini ders kitaplarındaki metinler taşıdığından dolayıdır ki ders kitaplarındaki anlatım farklı bilim dallarından gelen araştırmacıların merakını uyandırmıştır. Hem bilimsel hem siyasi hem de ticari olmak üzere birçok bileşenden oluşan bir sürecin ürünü olarak ortaya çıkan ders kitaplarındaki metinler (Karlovitz, 2001, s. 59–72), tartışılmaz tarihî olguların yanı sıra başta diğer halklara veya milletlere karşı ön yargılar içermek üzere çok sayıda üstü örtük değer yargıları, basmakalıp düşünce ve türlü imalar da barındırmaktadır. Bir milleti, onun tarih içindeki rolünü tarif ederken hangi sıfatların, betimlemelerin, benzetmelerin kullanıldığı, bu millete ilişkin yapılan yorum ve değerlendirmelerin tek taraflı olup olmadığı, olumlu gelişmelere nazaran olumsuz münasebetlerin daha fazla vurgulanıp vurgulanmadığı, tarihsel nesnelliğin göz önünde bulundurulup bulundurulmaması ile sonuçlara varıldığı gibi sorunsallarla imgebilim alanında incelemeler yapan araştırmacılar meşguldür. İmgeler, bir milletin başka bir millet tarafından genel olarak kabul gören, ön yargı ve basmakalıp düşüncelerden beslenen, zihinlere kazınmış fiziki ve ahlaki değerlendirilmesidir. Bu itibarla imgeler, bir milletin başka bir millet tarafından hangi özelliklerden hareketle ötekileştirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte imgeler, dolaylı olarak bir milletin kendisini “Öteki”den hangi açılardan farklı gördüğünü de belirleyerek bir “Biz” imgesinin ortaya çıkmasını da tetikler.¹

Ne var ki ders kitaplarındaki metinler kadar ders kitaplarındaki görseller de imgelerin doğmasına, hatta mevcut imgelerin güçlenmesine katkıda bulunarak resmî eğitim yoluyla başka bir millete karşı ön yargıların canlı tutulmasına veyahut çoğalmasına mahal vermektedir. Zira ders kitaplarındaki resimler metnin içinde anlatılanları görsel olarak desteklemekle kalmayıp çoğu zaman anlatılmayanları da ima edip metinleri tamamlar niteliktedir. Macar psikolog Béla Tóth (1913–2009), ders kitaplarındaki metin ve resimlerin etkileşimini incelerken benzer bir sonuca varmıştır. Ona göre resimlerin psikolojik boyutu her şeyden önce öğrencilerin duygularını, ruh hâlini ve tutkularını tesir altına alırken başarılı bir ders kitabının sırrı içerdiği metin ve resimlerin arasındaki tutarlık ve ahenkte

¹ İmgebilim kapsamında kullanılan *imge* kavramının farklı yaklaşımları için bkz. Beller, 2014, s. 19–35; Leerssen, 2014, s. 225–228; Ulağlı, 2006, s. 3–19.

saklıdır (aktaran Karlovitz, 2001, s. 113). Bu manada metin ve resim ders kitabını oluşturan birbirinden bağımsız bileşen değildir. Tam tersine: Birbirlerini tamamlayan iki unsur niteliğindedir. Böylece ders kitaplarındaki görseller araştırılmaya son derece uygun, hatta imgebilim kapsamında etraflı bir çalışma amaçlandığında araştırılması şart öğelerdir.

Gelgelelim ders kitaplarındaki görsellerin incelenmesi imgebilim alanında yürütülen çalışmalarda bile ya ihmal ediliyor ya da metin incelemesine kıyasla sönük kalıyor. Bunun başlıca nedeni görsel araştırmasının oturmuş bir yönteminin olmamasının yanı sıra araştırmacının birçok alanda ehil olmasını, dolayısıyla son kerte karmaşık bir çalışma gerektiren mahiyette olmasıdır. Ayrıca resimler, metinler kadar açık seçik tespitler yansıtmamakta, bu nedenle farklı kişiler tarafından farklı yorumlanabilmektedir. Resmedilen konudan ziyade resmin ortaya çıkış sürecine, asıl görünenin yanında onun genel kültürdeki yerine dair bilgi sahibi olmak zaruridir. Bu sebeptendir ki görsel incelemeleri sadece “Öteki”ye odaklanarak değil, “Biz” imgesinin de tamamıyla hesaba katılması ile gerçekleştirilmelidir. Aksi takdirde görseller, “Öteki”ye dair bilgilendirici oldukları kadar yanıltıcı olma potansiyelini de taşımaktadır.

Bu makale kapsamında 1879 ile 1990 yılları arasında Macaristan’da kullanılmakta olan lise tarih ders kitaplarındaki görseller incelenmiştir. Macar topraklarında 1541’den itibaren 150 yıl boyunca hüküm süren Osmanlı İmparatorluğu’na ilişkin anlatımlara eşlik eden görsellere odaklanarak tarih ders kitaplarında Osmanlı/Türklerin nasıl resmedildiğine, bu temsillerin ne tür değer yargılarını yansıttığına ve 16. yüzyıldaki Osmanlı hâkimiyeti döneminden hareketle Macar toplumsal hafızasında nasıl bir Osmanlı/Türk, hatta Türk imgesinin varlığını sürdürdüğüne açıklık getirmeye gaye edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMSEL YAKLAŞIMI

Kelimenin en geniş anlamıyla *imgeler*, hayatın birçok alanında kendilerine yer edinmektedir. Sözcüğün somut manasını taşıyan tablolar, resimler, çizimler, fotoğraflar, hatta semboller, amblemler ve ikonlar “imge” kelimesinin görsel bir temsil olduğunu ima etmektedir. Hâlbuki soyut olarak düşünüldüğünde imgenin, görsel bir unsurdan ziyade türlü özelliklerin birleşimi ile zihinde belirlenen bir oluşum, bir “manevi imaj” anlamında kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu düşünceden hareketle imgelerin farklı hâllerini çeşitli kaynaklarda tespit edip incelemek mümkündür.

Yaygın kanaate göre ‘bir resim bin kelimeye bedeldir’. Fakat bir resim her zaman herkese aynı “bin kelimeyi” mi çağrıştırmaktadır? Walter J. Ong’un da işaret ettiği gibi bir resmin, imajın veya imgenin değer ve içeriğini bir kişinin yaşı, toplum içindeki konumu, eğitim seviyesi, mesleği, hayattaki tecrübesi ve hatıralarının yanı sıra birçok unsur etkilemekte ve şekillendirmektedir (aktaran Ong, 2012, s. 49–52). Bu düşünceyi bir adım daha ileriye götürerek birçok bireyin oluşturduğu toplumun kolektif hafızasında yaşayan imgelerin daha da karmaşık bir yapıya sahip olduğunu görmemek elde değildir.

İmgebilim ve ders kitabı araştırmalarının odak noktasında ders kitaplarındaki metinler yer almaktadır. Bu tür araştırmaların kapsamında normalde kitaplarda değinilen (veya ihmal edilen) konular, anlatım dilindeki incelikler, kullanılan sıfatlar ve betimlemeler mercek altına alınır (Dárdai, 2002, s. 13–17). Başlı başına bir araştırma alanını oluşturabilecek potansiyele sahip olan resim araştırmaları ise –ilgili literatürde de çokça dile getirildiği gibi– henüz emekleme evresinde olup hak ettiği ilgiyi görememektedir.

Resim araştırmaları birçok bilim dalının bulgularından beslenmektedir: Pedagojiden edebiyata, kültür bilimlerinden, iletişim kuramlarına, dil ve fen bilimlerinden psikolojiye, sanat tarihinden tarih didaktiğine kadar birçok bilim alanını harekete geçiren bir sorunsaldır (Fischerné Dárdai, 2009, s. 95). Resim araştırmalarının zaman içindeki gelişimine ve nasıl Şekil aldığına, konuya dair yapılmış çalışmaların eğilimlerinin nasıl değiştiğine, araştırmacıların karşılaştığı sorunlara ve zorluklara dair etraflı bir bakış sunmak bu çalışmanın kapsamını aşmakla beraber ders kitaplarındaki resimleri incelerken kullanacağımız terimleri ve yöntemleri bu başlık altında temellendirmekte fayda olduğunu düşünüyoruz. Ayrıca resim incelemesi esnasında karşılanan bazı zorluklara da kısaca değineceğiz.

Resim araştırmalarının bir dalı olarak ders kitaplarındaki resimlerin incelemesi uzun zamandır ilgi gören bir konu olmasına rağmen hem yöntemsel açıdan hem de temel terimlere ilişkin araştırmacılar âlemi ortak karar almışa benzememektedir. Şöyle ki Macaristan’da bu alana dair kayda değer yazıların çıkması için 1960’lara kadar beklemek gerekmiştir. Macarca literatüre bundan sonra eklenmeye başlayan kitaplara, makalelere ve diğer bilimsel katkılara dair Zsófia Molnár-Kovács (2015, s. 49–58), doktora tezinde derinlemesine bir inceleme gerçekteşirmiş, resim araştırmalarının yeni eğilimlerine de değinmiştir. Bu araştırmadan da anlaşılacağı üzere resim araştırmalarının temel terimleri araştırmacılar tarafından oldukça eklektik bir Şekilde kullanılmış, ilk tanımların çıkması 2000’li yılların başını bulmuştur. János Karlovitz 2001’de yayınlanmış, ders kitaplarına dair kapsamlı bir eserinde ders kitaplarındaki görsel-iletişimsel unsurları işlev bakımından sınıflandırmıştır (Karlovitz, 2001, s. 111–112). Dárdai ise 2002’de çıkan ve ders kitabı araştırmalarının temel eseri hâline gelmiş kitabında resim teriminin bir tanımını sunarak Macarca literatüre önemli bir katkıda bulunmuştur. Buna göre “salt görsel unsurları değer, temel metni destekleyen, tamamlayan, açımlayan veya onun daha iyi anlaşılmasına vesile olan her türlü metinsel ve görsel unsur, resim (*illusztráció*) olarak kabul edilmelidir”. Dárdai ayrıca resimlerin dört alt grubundan bahsetmektedir: metinsel, görsel, grafik ve kartografik resimler (Dárdai, 2002, s. 96).

Çalışmamızda resim (*illusztráció*) teriminin dar tanımını uygulayarak sadece görsel (*kép*) resimlerin incelemesi gerçekteştirilecektir. Bunun başlıca nedeni incelediğimiz ders kitaplarında diğer ögelerin (örneğin Őiirlerin veya diğer edebî metinlerin, ders çalışmayı kolaylaştıran soruların veya kronolojik özetlerin) seyrek kullanılması veya Osmanlı/Türk imgesini yakından ilgilendiren türden olmamasıdır.

Ders kitaplarındaki resimlerin incelenmesi gerçekteştirilirken bazı problemler belirlemiştir. Odak noktamız 16. yüzyıl olduğu için Türklerin ön planda olduğu diğer dönemleri anlatan bölümlerdeki

resimler çalışmaya dâhil edilmemiştir. Bunun başlıca nedeni merceğe altına alınan metinler ve resimleri aynı zaman dilimiyle sınırlı tutmak istememizdir. Resimler çoğu zaman metinlere eşlik eder, sözcüklerle anlatılanları görsel olarak destekler ve güçlendirir. Öğrencinin sadece zihnine değil, görme duyusu vesilesiyle duygularına da tesir eder. “Bir resim bin kelimeye bedeldir” inancı doğru ise, resimlerin etkisi metinlerinkinden daha güçlüdür. Daha tutarlı bir araştırma yapabilmek için resimleri bağlamlarından koparmamayı tercih edip çalışmamızı 16. yüzyılı anlatan bölümlerdeki metinlere eşlik eden resimlerle sınırlı tuttuk. Bununla beraber başka bir çalışmanın kapsamında 16. yüzyıldan farklı dönemleri anlatan bölümlerdeki resimlerin de incelenmeye değer olduğunu düşünmekteyiz.

Araştırmamızın asıl amacı Osmanlı/Türk imgesinin yıllar boyunca değişip değişmediğini, değişmişse eğer, nasıl değiştiğini saptamak olduğu için sadece Osmanlı/Türklere ilişkin resimler incelenmiştir. Doğal olarak 16. yüzyılı anlatan bölümlerde Türklerin bulunmadığı resimler de kullanılmakta, bunlarda genelde Macar halkının önde gelen liderleri veya dönemin vazifeli kralıyla diğer devlet adamları resmedilmektedir. Bu resimler –Türklere dair herhangi bir yorum barındırmadıkları için– tarafımızdan incelenmemiştir. Amma velakin bu konuyu da kapsayan, Macarların ve Türklerin nasıl resmedildiğini inceleyen karşılaştırmalı bir çalışma, Osmanlı/Türk imgesine dair aydınlatıcı sonuçlar sağlayacaktır.

Çalışmamızda 1879 ile 1990 yılları arasında lise eğitimi kapsamında kullanılan tarih ders kitapları örneklem olarak seçilmiştir. Başlangıç noktası olarak belirlediğimiz, 1879 senesinde ünlü kamu eğitim uzmanı ve siyasetçi Mór Kármán (1843–1915) ismiyle damgalanmış öğretim programının² ilan edilmesi ardından geçen 100 seneye yakın bu zaman aralığı Macar tarihinin oldukça hareketli; siyasi, toplumsal ve ekonomik değişimlerle dolu bir dönemi olarak tarihe geçmiştir. Genel itibarıyla birbirinden ideolojik açıdan son derece farklı üç rejim tarafından şekillendirilmiştir: 1867–1918 İkili Monarşi dönemi, 1919–1944 Miklós Horthy dönemi, 1945–1989 sosyalist dönem.

Hem siyaset hem ideoloji hem eğitim hem de tarihyazımı bakımından farklı amaçlar güden bu rejimlerde elbette ki tarih ders kitapları da önemli değişikliklere maruz kalmıştır. Bazılarının metinleri büyük ölçüde tadil edilmiş, bazıları ise tamamen kullanımdan kaldırılmıştır. Dolayısıyla incelediğimiz dönemin tamamına bakıldığı zaman sabit öğeleri az, oldukça hareketli bir ders kitabı piyasasının hüküm sürdüğü anlaşılmaktadır. Bu değişikliklerin de hesaba katılmasıyla araştırmaya uygun ders kitaplarının belirlenmesinde daha önce ders kitabı araştırması alanında yapılan çalışmalara başvurulmuştur.³

Araştırmamızı temellendirdiğimiz üç dönemi göz önünde bulundurduğumuzda lise tarih ders kitaplarında resimlerin İkili Monarşi döneminin ilk yılları ile İkinci Dünya Savaşı yılları hariç sürekli

² 1879’da çıkan öğretim planının istisnasız bütün okullarda uygulanması gerektiği öngörüldüğü ve bu hâliyle tarih eğitimiyle tarihi bilince de güçlü bir tesir bırakmıştır (Unger, 1979, s. 4).

³ Albert B., G., 2004, 2006, 2013, 2017; Illik, 2018, s. 229–243; Molnár-Kovács, 2015, 2017, 2019; Unger, 1979.

kullanıldığını görebiliriz. 1879'daki müfredata göre yazılmış dört tane ders kitabında⁴ resimler bulunmamaktadır. Aynı şekilde 1938'da çıkan öğretim planına göre yazılmış kitaplarda⁵ herhangi bir resim kullanılmamakla birlikte 16. yüzyılın tarihî olayları sadece metinlerle anlatılmaktadır. Bundan dolayı Horthy döneminin ikinci yarısında çıkan dört tane ders kitabının yanı sıra sosyalist dönemin ilk kitabı⁶ da resim incelemesine dâhil edilememiştir. Böylece resim incelemesi İkili Monarşi döneminde 15, Horthy döneminde 6, sosyalist dönemde 4 kitap olmak üzere toplam 25 adet ders kitabında gerçekleştirilebilmiştir.

Görseller incelenirken her şeyden önce resmedilen konunun saptanması ve mümkünse daha kapsamlı bir tarihî olay içindeki yeri ve önemi, ayrıca diğer görsellerden olan farkı veya onlarla olan benzerlikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ardından resimlerin metinde anlatılanlarla olan ilişkisine bakılmıştır: Metne eşlik edip etmediği, ona ters düşüp düşmediği ve onu tamamlayıp tamamlamadığı incelenmiştir. Son olarak ise –özellikle yağlı boya tabloları bağlamında– görsellerde doğrudan görülmeyen “arka plan bilgileri” araştırılmıştır. Bu minvalde sanatçının neyi anlattığından ziyade sanatçının aslında neyi anlatmak istediğine, ikincil bir amacının olup olmadığına ışık tutulmaya çalışılmıştır.

1879 İLE 1990 ARASI YILLARDA KULLANILAN LİSE TARİH DERS KİTAPLARINDA OSMANLI/TÜRKLERİN GÖRSEL TEMSİLİ

Ders kitaplarındaki resimlerin öğrenme sürecini büyük ölçüde etkilemesi uzun zamandır bilinen bir husustur. Özellikle tarih dersleri söz konusu olunca kitaptaki illüstrasyonların, öğrencinin duygularına ve zihnine olacak tesirini göz önünde bulundurarak bilinçli bir şekilde seçilip yerleştirilmesi gerekmektedir. 1891'deki ders kitaplarının önsözünde Baróti ile Csánki (1891, Ön Söz) bunu şu sözlerle ifade eder:

“Bütün dersler arasında vatanımızın tarihi, milli duyguların beslenmesi ve kişisel karakterin geliştirilmesi açısından en büyük önemi taşıyandır; fakat bir şartla: canlı olması ve merak uyandırabilmesi gerekir. Buna kısmen resimler göstererek ulaşılmaya çalışılmıştır. Resimlerin okuldaki kitaplarda da kullanılması en kültürlü milletlerde –Fransızlarda, İngilizlerde ve Almanlarda– yaygın olarak uygulanmaktadır. Bu alanda bizde de deneyler olmuştur. İllüstrasyonların pedagojik önemi göze çarpıyor. Güzel bir resimden başka hiçbir şey hayal gücünü daha fazla etkileyemez ve güzel bir resmin izleniminden başka hiçbir şey ruhun içinde daha kalıcı bir iz bırakamaz.”

Günümüzün ders kitaplarında resimlerin, hatta renkli fotoğrafların bulunması şaşırtıcı olmadığı gibi oldukça doğal bir özelliktir. Ne var ki bu hep böyle olmamıştır. Ders kitaplarındaki resimler ve bu resimlerim kalitesi ve sayısı bir kitabın hem estetik hem de pedagojik değerinin artmasına katkıda

⁴ Csuday, 1884; Horváth, 1890; Sebestyén, 1890; O. Varga, 1886.

⁵ Várady, 1933; Marczinkó, Pálfi ve Várady, 1941; Szegedi, 1941; Z. Varga, 1941.

⁶ Kosáry, 1945.

bulunur. Bu yüzden ki kitaplarda illüstrasyonlara henüz yaygın olarak rastlanamayan dönemlerde –kitap sektörüne de hâkim olan etkin serbest piyasa kurallarına ayak uydurmak adına– ders kitaplarının ön kapağında eserin resim içerdiğini, hatta toplam kaç tane görsel içerdiğini belirtmeye sıkça gerek duyulmuştur. Szigethy'nin (1901) ders kitabının kapağında kısaca “resimlerle”, diğer yazarların kitaplarında “haritalarla ve illüstrasyonlarla” (Baróti ve Csánki, 1891; Mangold, 1883, 1890, 1900) diye yazarken başka bir kısım yazarın kitaplarında ise daha iddialı bir dile başvurulmuştur: “90 resimle ve 3 haritayla” (Szádeczky, 1912) veya “çok sayıda tarihle ilgili resim içerir” (Marczali, 1894). İkili Monarşi dönemine ait incelediğimiz 19 adet kitaptan 12'sinin kapağında içerdiği resimlerle ilgili bilgi verilmiştir. Horthy döneminin başında bu uygulamaya daha seyrek olarak başvurulmuş, dönemin sonlarına doğru ise ders kitaplarındaki görseller tamamıyla kaldırılmıştır.

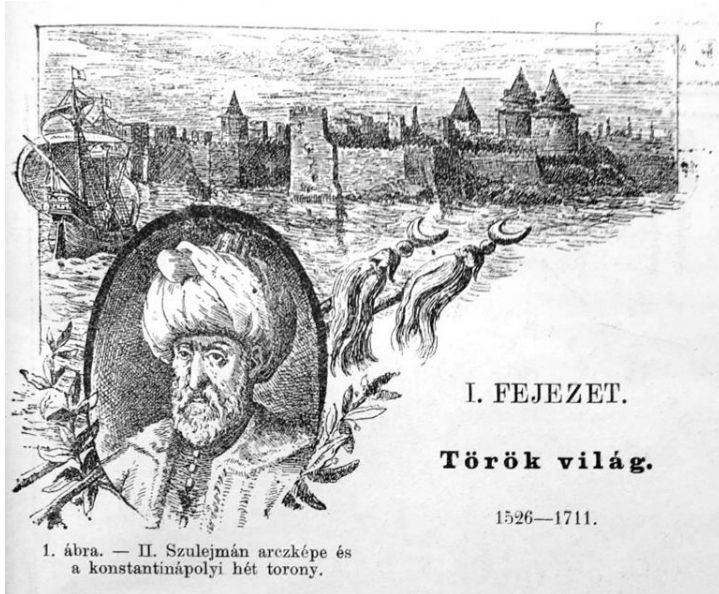
Ders kitaplarında fotoğrafların kullanılması sosyalist dönemden evvel görülmemiştir. 1950'lerden önce çıkmış tarih ders kitaplarında çoğu zaman gravürlerle veya onların farklı adaptasyonlarıyla karşılaşabiliriz. Ders kitabı illüstrasyonlarını hazırlayan kişinin ismi ya ön sözde anılmaktadır (Baróti ve Csánki, 1891, Ön Söz), ya kitabın kapağında yazılır (Domanovszky, 1926), ya da –özellikle yağlıboya tabloları söz konusu olunca– resmin altında belirtilmektedir. 19. yüzyılın ünlü Macar ressamı Bertalan Székely'in (1835–1910) ismine toplam 17 adet ders kitabı illüstrasyonu altında rast gelmek mümkündür. İncelediğimiz ders kitaplarında ilk olarak Unger'in eserinde fotoğraflar kullanılmıştır. 1982'ye kadar bütün resimler siyah ve beyazdır. Sadece Eperjessy'nin kitabında ve orada da sadece bir kere konumuz açısından önem taşıyan renkli bir resim bulmamız mümkün olmuştur.

Osmanlı/Türklerle ilgili resimler içeren 25 ders kitabında toplam 105 adet resim bulunmaktadır. Bu resimlerin bazıları birden fazla kitapta yer alsa da lise tarih ders kitaplarında yüz yıl boyunca Osmanlı/Türlere ilişkin yaklaşık olarak kırk tane farklı görsel kullanılmıştır. İncelediğimiz ders kitaplarındaki resimleri betimledikleri unsurlara göre altı gruba ayırmak mümkündür: (1) portreler ve boy resimleri de dâhil olmak üzere insan resimleri; (2) bir olayın bir sahnesini canlandıran resimler; (3) binalar ve diğer yapılar; (4) bir muharebenin şeması; (5) şehir manzarası; ve (6) nesnelere.

İnsan resimleri sadece bilgilendirme amacıyla kullanılmış benzeyip herhangi bir değer yargısı içermemektedir. İnsan resimleri, anlatımın değinemediği ince detayları, metinde bahsi geçen kişilerin giyim kuşamını veya belli bir şahsın çehre hatlarını göstermektedir. Buna karşın sahneleri tasvir eden resimlerin odak noktasında da insanlar varken bu tür görseller güçlü yorum ve yargılar yansıtmaktadır. Sahnelerin kahramanları ifadesiz yüzler ve hareketsiz bedenlerden ibaret olmayıp bir eylemin zirve noktasındayken resmedilmiştir. Giydikleri kıyafetlerden ziyade o sahnede üstlendikleri rol ön planda olmakla beraber sahneleri resmeden görsellerin asıl amacı seyredeni nasıl bittiği iyi bilinen bir olayın tam ortasına götürüp o bağlamın çağrıştırdığı bütün duygularla seyirciye sahnenin gerçekleştiği anı yaşatmaktır. Yani sahnelerin odak noktası onu oluşturan şahsiyetlerden daha çok o

sahnenin gerçekleştiği bağlamdır; kişiler o duygularla o olayların bu anlamda sadece figüranlarıdır: O duyguları tekrardan yaşayabilmemize vesile olurlar. İşte bu yüzdendir ki güzel sanat eserleri (özellikle tablolar) ders kitaplarında yaygın olarak kullanılmaktadır. İncelediğimiz ders kitaplarında toplam 31 tane insan resmi ve 36 sahne illüstrasyonu kullanılmıştır.

Binalar ve diğer yapıları sergileyen resimler genelde bilgilendirme amacıyla kullanılmaktadır. Bu sefer vurgu insanlarda değil, onların mimari eserlerinde olsa da bu tür görseller yine seyirciye başka bir kültürle tanışma olanağını tanımaktadır. Seyircinin bağlamı iyi bilmesi kaydıyla bazı yapılar, ürünleri oldukları kültürle ilgili değer yarguları içerebilmektedir. Bunun ders kitaplarındaki en güzel örneği Yedikule Zindanları'dır. Yedikule, illüstrasyon olarak iki kitapta da kullanılmış fakat tam olarak hangi amaçla inşa edilip kullanıldığına dair metinlerde herhangi bir ipucu verilmemiş veya verildiğinde de kısaca değinilmiştir (Angyal, 1901, s. 1). Hapishane olarak işlev gördüğünü bilmeyen bir seyirci için Yedikule, surlarla duvarlardan ibaret bir yapıdan başka bir şey değildir. Fakat bu görsele başvurmuş iki ders kitabının da 1900'lerin başında çıkmış olması bir tesadüf değildir. Günümüzde Macar edebiyatının baş eserlerinden sayılan ve 1899'dan itibaren süreli yayınlarda dizi romanı olarak yayınlanan Macar yazar Géza Gárdonyi'nin Eğri Yıldızları (2015, s. 207–315) (*Egri csillagok*) adlı romanında Yedikule Zindanları oldukça ön plandadır; burası birçok Macarın tutsak olarak ömrünü tükettiği bir hapishane olarak tanıtılır: “*Hey gidi!.. Yedikule'de çok esirin sırtında Macar giysisi eskimiştir!..*” (Gárdonyi, 2015, s. 215) Bu bağlamda ders kitaplarındaki Yedikule görseli Macar bir seyircide olumsuz duygular da uyandırabilir. İncelediğimiz ders kitaplarında illüstrasyon olarak toplam 12 adet bina veya yapı kullanılmıştır.



Şekil 1. Sultan Süleyman ile Yedikule Zindanları
Kaynak: Varga, 1901, 1.

Muharebenin şemaları, açıklama niyetiyle kullanılmaktadır; metinlerde uzun uzadıya ve bazen karışık bir şekilde anlatılan çatışmaların indirgenmiş, sade görselleridir. İncelediğimiz ders kitaplarında dokuz tane muharebe şeması geçmektedir.

Şehir manzaraları seyirciyi şaşırtmak amacını gütmüşe benzemektedir. Bu illüstrasyonların konusu çoğu zaman Budin veya Budin ve Peşte olmakla beraber resimler şehrin bilinmeyen bir yüzünü göstermektedir: Budin'in silüetini kubbeler ve minareler süsler veya arka planda Budin'in yapılarıyla sokakları uzanırken, ön planda, minarenin şerefesinde bir müezzin ezan okumaktadır.⁷ İncelediğimiz ders kitaplarında illüstrasyon olarak yedi kez şehir manzarası kullanılmıştır.

Nesnelerin resimleri genelde bir kültüre atıfta bulunup onun özelliklerini göstermek amacıyla kullanılmıştır. Fakat bu nesnelere bir olaya veya bir duruma sıkı sıkıya bağlıdır, dolayısıyla o bağlamdan koparmayarak incelenmeleri gerekmektedir. İncelediğimiz ders kitaplarında görsel olarak üç nesnenin resmi kullanılmıştır.



II. Szulejmán
(Olasz mester rézmetszete 1535-ből)



II. Szulejmán szultán.



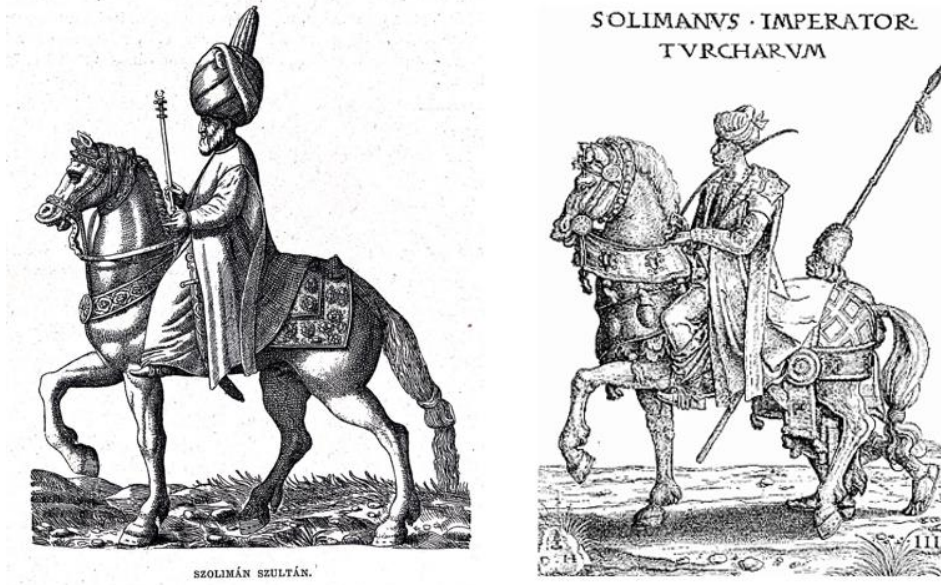
II. Szolimán szultán, (Egykorú metszet után.)

Şekil 2. Sultan Süleyman'ın Profil Resimleri

Kaynak: Solda Eperjessy, 1982, 734; ortada Ujházy, 1901, 6; sağda Balogh, 1931, 74.

Sultan Süleyman tarih ders kitaplarının incelediğimiz bölümlerinde en fazla resmedilen Osmanlı/Türk şahsı olarak toplam onbir kere gösterilmiştir. Genelde profilden (Balogh, 1931, s. 74) veya at sırtında (Baróti ve Csánki, 1891, s. 93; Madai, 1926, s. 75; Unger, 1957, s. I.; Walter, 1988; s. 226), iki kere ise önden (Marczali, 1894, s. 102; O. Varga, 1901, s. 1) görülmektedir. Resimlerin açıklamasında genelde *II. Szulejmán (szultán)* olarak tanıtılırken sadece Walter'in kitabında *I. Szulejmán* (Walter, 1988, s. 226) olarak anılmaktadır. Baróti ve Csánki (1891, s. 93) ile Marczali (1894, s. 102) herhangi bir sayı göstermeyip Kanuni'nin resimlerini sırasıyla *Szolimán szultán* ve *Szulejmán szultán* olarak adlandırmışlardır.

⁷ Bkz. Şekil 14: *Türk Hâkimiyeti Döneminde Budin ve Peşte*



Şekil 3. Sultan Süleyman At Sirtında

Kaynak: Solda Baróti ve Csánki, 1891, 93; sağda Unger, 1957, I.

Resim açıklaması dışında dört görselde Kanuni'nin ünvanı farklı dillerde okunabilir. Latince *Solimanus Imperator Turcharum* (Türklerin İmparatoru Süleyman) (Unger, 1957, s. I) veya *Suliman Otoman Rex Turc* (Türk Kralı Süleyman Osman) (Koczogh ve Takáts, 1913, s. 9; Eperjessy, 1982, s. 134) diye okunabilir, bir resimde ise Almanca yazılmaktadır: *Turckischer Kaiser Sulthan Solymanus* (Türk İmparatoru Sultan Süleyman) (Marczali, 1894, s. 192). Bu noktada ders kitabı yazarlarının metinlerini daha çok hangi kaynaklara dayanarak yazdıkları tahmin edilebilmektedir. Resim açıklamaları genelde kısa ve sade olup sadece resmedilenin ismini göstermekle yetinirken Walter'in eserinde görselin yanındaki küçük metinden Sultan Süleyman'a dair yeni bilgiler de öğrenebiliriz: "Türklerin *Kanuni* diye saygıyla andıkları I. Süleyman (1520–66), yeni fethedilen bölgelerdeki hayatı düzenlemiştir."⁸ Neredeyse bütün görsellerde Sultan Süleyman tek başına gösterilirken, O. Varga'nın kitabında (1901, s. 1) bir montajın parçası olarak Yedikule ile beraber görülmektedir. Bu montaj, kitabın ilk sayfasında, ilk bölümün başlığının (*Török világ*, "Türk Dünyası") etrafında bir nevi süs olarak kullanılmış, böylece hem bu bölümün hem de yarıyıl boyunca öğrenileceklerin bir habercisi olarak düşünülebilmektedir. Metinlerde yetenekli bir devlet adamı ve intikama aç bir fatih olarak betimlenen Sultan Süleyman, ders kitaplarındaki illüstrasyonlarıyla bu savları doğrulamışa benzemektedir. Süslü kıyafeti ile başlıklarıyla, ciddi yüz ifadesiyle⁹ ve atın üzerindeki dik duruşuyla Sultan Süleyman'ın resimleri seyircide muhteşem ve güçlü bir adamın izlenimini bırakarak metinde anlatılanlara eşlik edip yazılı bilgilere uyum sağlamaktadır.

⁸ "I. Szulejmán (1520–66), akit a törökök a 'Törvényalkotó' néven tisztelnek, szabályozta a frissen meghódított tartományok életét." (Walter, 1988, s. 226.)

⁹ İlginç bir detay olarak Süleyman'ı profilden gösteren bütün resimlerde ağzı aşağıya doğru sarkarken, Balogh'un eserindeki aynı resimde ağzının kenarlarının hafifçe yükselmiş olmasıyla Kanuni'nin yüzüne bir tebessüm çizilmiştir (Balogh, 1931, s. 74).

Tarih ders kitaplarında Sultan Süleyman'dan başka en çok resmedilen Osmanlı/Türk şahsiyeti yeniçerilerdir: Onbiri insan resmi, ikisi bir sahne olmak üzere toplam onüç kere gösterilmiştir. En yaygın olarak kullanılan illüstrasyonda at sırtında bir yeniçeri ağası ve yanında bir yeniçeri görülmektedir. Bu resim yedi farklı kitapta (Baróti ve Csánki, 1891, s. 102; 1901, s. 12; Madai, 1926, s. 80; Sebestyén, 1901, s. 5; Szádeczky, 1912, s. 15; Szigethy, 1901, s. 23; O.Varga, 1901, s. 19) geçiyor olmakla beraber ağırlıklı olarak İkili Monarşi dönemindeki kitaplarda ön plandadır.



Şekil 4. Yeniçeri Ağası ve Yeniçeri
Kaynak: Baróti ve Csánki, 1891, 102.

Aynı resme Horthy döneminde sadece Madai (1926, s. 80) başvurmuştur. Dört diğer kitapta (Balogh, 1931, s. 75; Koczogh ve Takáts, 1913, s. 23; Ujházy, 1901, s. 22; Vaszary, 1901, s. 21) ise bir yeniçeri tek başına gösterilmiştir. Vaszary'nin 1901'deki eserinde (s. 21) diğer üç kitaptan farklı olarak bir elinde tüfek, diğer elinde fitille resmedilmiş silahlı bir yeniçeri bulunmaktadır. Sosyalist dönemde ise hiçbir ders kitabında yeniçerilerle ilgili bir resim bulunmamaktadır.

Bu resimlerde yeniçeri tek başına veya ağasının yanında olsa da herhangi bir faaliyetin içinde olmadığı için kişiliğine dair bir bilgi paylaşılmamaktadır. Metinlerde sıkça sözü edilen Macar halkına dayattığı zulümden ziyade illüstrasyonlarda daha çok giysilerine dikkat çekilmek istenmiştir anlaşılan. Fakat iki ders kitabında yeniçeri farklı bir şekilde, bir sahnenin faal karakteri olarak resmedilmiştir.



Şekil 5. Yeniçerilerin Farklı Resimleri

Kaynak: Solda Balogh, 1931, 75; sağda Vaszary, 1901, 21.

Vaszary'nin (1901, s. 22) ve Jászai'nin (1903, s. 21) kitabında da geçen aynı resimde bir yeniçeri boyunlarına ip takılmış Hristiyan tutsakları götürmekte, omzunda ise mızrağa geçirilmiş bir çocuk bedeni taşımaktadır (Şekil 6.). Bu illüstrasyon diğerlerinden farklı olarak güçlü bir yorum içermektedir: Yeniçerinin giysilerinden daha çok acımasızlığı ve gaddarlığı öne çıkmaktadır. Resimlerin altındaki açıklamaya göre bu tutsakların Hristiyan olması seyircide Müslüman Türklere karşı öfke, tikslenme, korku gibi çeşitli duygular uyandırarak Osmanlılara vahşi, ilkel, merhametsiz ve diğer olumsuz nitelermelerin atfedilmesine yol açabilir. Ders kitaplarındaki olumsuz metinlerle beraber bu tür görseller öğrenci veya diğer seyirci için güçlü bir uyaran niteliğindedir.

Yeniçerilerin yanında Osmanlı ordusunun iki unsuru daha ders kitaplarında resim olarak referans edilmiştir: Bir Osmanlı beyi ve bir sipahi. Beş ders kitabında at üstünde bir Osmanlı beyi¹⁰ resmedilmiştir fakat metin içinde bu görsellere dair herhangi bir açıklama bulunmadığı için resimdeki karakterin tam olarak hangi unvana sahip olduğu sıradan bir seyirci tarafından saptanamamaktadır. Herhangi bir bağlam olmadan bu illüstrasyon Osmanlı/Türklere dair genelgeçer basmakalıpları doğrulama niteliğindedir: Başında sarık, belinde kuşak ve kılıç, elinde mızrağa benzeyen delici bir alet tutan bıyıklı bir adam. Atının da bolca süslenmiş olması kişinin zengin biri olduğu yönünde tahminlere yol açabilir. Böylece bu görsel şaşaalı Doğu klişelerinin kaynağı olan oryantalist görüşlere de hizmet etmiş gözükmektedir.

¹⁰ Baróti ve Csánki, 1891, 97; Baróti ve Csánki, 1901, 7; Sebestyén, 1901, 5; Szádeczky, 1912, 15; O. Varga, 1901, 19.



*Janicsár keresztény foglyokat hurczol
magával.*

Şekil 6. Yeniçeri Yanında Hristiyan Tutsaklar Götürüyor
Kaynak: Vaszary, 1901, 22.



Török főtiszt.

Şekil 7. Türk Beyi
Kaynak: Sebestyén, 1890, 5.

Metinler içinde sipahilere uzunca değinilirken resimleri ancak iki ders kitabında gösterilmiştir (Koczogh ve Takáts, 1913, s. 22; Ujházy, 1901, s. 22). Macar halkını ağır vergi koşullarına mahkûm eden arazi sahibi sipahiler, ders kitaplarında en çok üzerinde durulan Osmanlı şahsiyetlerindedir. Metinde “sömürücü”, “cimri”, “merhametsiz” ve “adaletsiz” sıfatlarıyla anılan sipahiler referans edildikleri iki görselde herhangi bir faaliyetin içinde bulunmadıkları için illüstrasyonlarda kişiliklerine dair bir ipuç yoktur. Daha çok giyim kuşamları dikkat çekmektedir. Bu bağlamda sipahilere ilişkin yazılı ve görsel referanslar arasında güçlü bir bağ bulunmayıp sipahi resimleri Osmanlı/Türk imgesini olumsuz etkileyebilecek veya yazılı olarak verilmiş olumsuzlukları destekleyecek bir yorum içermemektedir.



Sipahi.

Şekil 8. Sipahi

Kaynak: Ujházy, 1901, 22.

İllüstrasyonların insan resimleri kategorisine dâhil edebileceğimiz iki resim daha vardır fakat bunların her biri sadece bir kere, bağlamdan koparılmış olarak kullanılmıştır. Unger’in (1957, s. XV) ders kitabının son sayfalarında kitapta değinilen konulara dair renkli resimlerin rastgele bir şekilde düzenlenmiş bir koleksiyonu bulunmaktadır: Aynı sayfada olan veya birbirlerini takip eden resimler arasında herhangi bir ilinti tespit etmek pek mümkün değildir. Bu resimlerden birinin altında “Türkler” diye bir açıklama okunabilir; görselde ise ata binmiş vaziyette, sarık takan üç sakallı erkek görülmektedir. Yanlarında yay ve oklar taşımaktadırlar. Bu resim bu hâliyle pek fazla bilgi vermemekle beraber Osmanlı/Türlere dair mevcut stereotiplere hizmet etmektedir.

Eperjessy'nin 1982'de çıkmış ders kitabında (s. 132) "Türk soylusunun ve Macar yiğidinin başı" adlı bir illüstrasyon mevcuttur. Resmin açıklamasına göre 1506 yılında yapılmış daha geniş bir eserin sadece bir karesi paylaşılmıştır fakat böylece iki karakterin tam olarak nasıl bir eylem yaptığı veya nasıl bir sahne içinde bir araya geldikleri anlaşılmamaktadır. Türk soylusu olduğu iddia edilen şahıs yine başında sarıkla görünürken Macar yiğidi miğfer takmaktadır. Bu husus ise "Türk" ve "sarık" kavramları arasında bir bağın olduğunun tekrar altını çizmektedir.

Ders kitaplarından en yaygın olarak başvuru alan sahne Eğri Kalesi'nin kuşatmasını anlatan bir tablodur. Ressam Bertalan Székely'in orijinal eseri ve onun farklı adaptasyonları incelediğimiz ders kitaplarında toplam onbir kere gösterilmiştir. İkili Monarşi döneminde beş, Horthy döneminde altı kitapta Eğri Kalesi'nin 1552'deki Osmanlı saldırısına karşı savunulmasını anlatan metne bu resim eşlik eder. Ne var ki sosyalist dönemde hiçbir kitapta resim olarak kullanılmamıştır. Székely'in 1867'de tamamladığı ve "Eğri Kadınları" (*Egri nők*) adını taşıyan yağlı boya tablosu bir efsaneden esinlenerek odak noktasına savaşa katılan kadınları almıştır. Rivayete göre Eğri Kalesi'nin kuşatılması esnasında sadece Macar yiğitleri değil, kadınlar da korku nedir bilmeden, kahramanca savaşımlar. Bu kadınlar, kale duvarlarına tırmanan Osmanlı askerleri üzerine taş ve kaynar su yağdırarak Macarların zaferiyle biten çatışmadan büyük pay almışlardır. Géza Gárdonyi, "Eğri Yıldızları" (2015, s. 599 ve s. 601) adlı tarihî romanında bu sahneyi şöyle kaleme almıştır:

"Bütün kadınlar burcun üzerindeydiler. Yanan zifti, taşı, erimiş kalayı artık askerlere vermiyorlar, toz, duman ve alevlerin içinde kendileri atıyorlardı saldırganların üzerine. [...] Bu arada kadınların hepsi yere düşen silahları kapmış ve şahin çığlıklarıyla savaşa girmişlerdi. Başlarından eşarpları düşmüş, saçları dağılmıştı, etekleri öteye beriye savruluyordu. Ama onlar, o an için kadın olduklarını unutmışlardı. Çığlık çığlığa düşmana saldırıyorlardı. Kılıçları, hiçbir darbenin hızını kesemiyor, vuruşlardan kaçamıyorlardı. Ama Türkler de onların darbelerinden kurtulamadılar. 'Yaşasın kadınlar!' diye duyuldu arkalarında [...]"

Romantizmin izlerini taşıyan bu tablo kuvvet üstünlüğüne karşı direnişin simgesidir (Vadas, 2003, s. 74) ve bir bütün hâlinde savaşıma teşvik eder (Bakó, 1982, s. 32). Ders kitaplarında sıkça görsel referans olarak işlev görmesinin yanı sıra en büyük boyutta gösterilen ders kitabı illüstrasyonudur: Beş kere bir sayfa büyüklüğünde (Jászai, 1926, s. 87; Madai, 1926, s. 77; Sebestyén, 1901, s. 15; Szabó, 1926, 71; Szigethy, 1901, s. 13), altı kere ise sayfanın yarısından fazlasını kapsayacak şekilde (Balogh, 1931, s. 79; Domanovszky, 1926, s. 105; Ember, 1926, s. 82; Jászai, 1903, s. 15; Szádeczky, 1912, s. 17; Ujházy, 1901, s. 16) kullanılmıştır. Boyutundan ve sık sık gösterilmesinden de anlaşılmaktadır ki İkili Monarşi yıllarında ve Horthy döneminde Eğri Kalesi'nin 1552'deki savunması, Macar yiğitlerinin ve kadınlarının kahramanca direnişi liseli öğrencilere örnek alınması gereken ve özenilmesi istenen bir kişisel değer olarak sunulmuştur.



Az egri nők.

Székely Bertalan.

Şekil 9. Eğri Kadınları

Kaynak: Szigethy, 1901, 13.

Macar kadınları resmin kahramanları ve baş aktörleri olarak gösterilirken kale duvarlarından tırmanmaya çalışıp derinlere düşen Osmanlı askerleri tablonun olumsuz figürleridir: Vahşeti, güçsüze, savunmasız karşı saldırıyı, kaba kuvvetle üste çıkmaya çalışmayı, dışarıdan akın akın gelen baskıyı simgelemektedirler. Resimdeki Osmanlılar başlarında sarıkla, bellerinde kuşakla veya bir tutum saç hariç kafaları tıraşlı olarak resmedilmiştir. Türk oldukları sadece giyim kuşamlarından değil, silahlarından ve diğer aletlerinden de anlaşılmaktadır: Ucunda hilal olan at kuyruklu sancak Osmanlı/Türklere has bir aksesuar olarak bilinir.

Tablonun adı “Eğri Kadınları” ise de ders kitaplarında farklı açıklamalarla sunulmaktadır. Yedi kitapta “Eğri kuşatması” (Balogh, 1931, s. 79; Ember, 1926; s. 82; Jászai, 1903, s. 15; Jászai, 1926, s. 87; Szabó, 1926, s. 71; Szádeczky, 1912, s. 17; Ujházy, 1901, s. 16), bir kitapta “1552’de Eğri’nin savunması” (Sebestyén, 1901, s. 15) olarak gösterilmiştir. Sadece üç kitapta resmin altında “Eğri kadınları” (Domanovszky, 1926, s. 105; Madai, 1926, s. 77; Szigethy, 1901, s. 13) diye bir açıklama bulunmaktadır. Bu görselin ders kitaplarında bu kadar sık referans edilmesi hem 1552’deki Eğri Kalesi kuşatmasının Macarlar için önemli bir tarihî olay olduğunu hem de resmin uyandırdığı duygular ve temsil ettiği kişisel değerler Macar olmanın özünde yer aldığı için lise öğrencilerinin de benimsemesi istendiğini gösterir.

Ders kitaplarında ikinci en yaygın sahne Zigetvar'ın 1566'daki kuşatması esnasında iş işten geçmiş olduğunu anladıktan sonra kale kaptanı Miklós Zrínyi'nin askerleriyle beraber hayatlarını feda ederek kaleden dışarı fırlamasıdır. Bu olay Macarcada *Zrínyi kirohanása* (Zrínyi'nin Dışarıya Fırlaması) olarak anılır. İkili Monarşi döneminde altı (Jászai, 1903, s. 18; Koczogh ve Takáts, 1913, s. 20; Sebestyén, 1901, s. 18; Szádeczky, 1912, s. 22; Szigethy, 1901, s. 16; Ujházy, 1901, s. 19.), Horthy döneminde ise iki kere (Domanovszky, 1926, s. 110; Jászai, 1926, s. 92) olmak üzere ders kitaplarında toplam sekiz kere gösterilmiştir. Sosyalist dönemde ise hiçbir ders kitabında yer almamıştır. Bu resmin orijinali yine Bertalan Székely'in 19. yüzyılın sonlarına doğru tamamlamış olduğu bir yağlı boya eseridir. Osmanlı/Türkler bu görselde yer almazsa da Macarların Osmanlı'ya karşı kahramanca bir direnişine ithaf edilmiştir. Odak noktasında yine her şeye rağmen direniş, kahramanlık, fedakârlık, vatanseverlik ve asla boyun eğmemek bulunmaktadır. Bu resimde Türkler görünmezse de bağlamı iyi tanıyan biri Türk tehdidi, bitmek bilmeyen vahşet ve kesin ölümün illüstrasyonda imalı olarak saklandığını sezebilir.



II. Lajos holttestének megtalálása. Székely Bertalan festménye után.

Şekil 10. II. Lajos'un Cesedinin Bulunması

Kaynak: Ember, 1926, 72.

Mohaç Meydan Muharebesi'ni bir sahne şeklinde konu edinen görseller toplam altı kitapta bulunmuştur: İki tanesi İkili Monarşi döneminde (Angyal, 1902, s. 2 ve s. 3), üç tanesi Horthy döneminde (Balogh, 1931, s. 71; Domanovszky, 1926, s. 95; Ember, 1926, s. 72), bir tanesi ise sosyalist dönemde (Eperjessy, 1982, s. 133) ortaya çıkmış kitaplarda mevcuttur. Beşinde yağlı boya tablolarının ders kitaplarındaki adaptasyonları, birinde ise Mohaç Savaşı'nı resmeden bir Osmanlı minyatürü gösterilmektedir. Tabloların üçü (Angyal, 1902, s. 3; Domanovszky, 1926, s. 95; Ember,

1926, s. 72) Mohaç Muharebesi'nden sonra Macar soylularının Kral II. Lajos'un cesedine rastlama anını anlatır. Bu resimler de (birazdan değineceğimiz iki diğer tabloyla beraber) ünlü Macar ressam Bertalan Székely'in eserleridir. Resmin dikkat çekici tarafı Osmanlı/Türklerin bizzat resmedilmemiş olmalarına rağmen arkaya bıraktıkları derin hüznün, çaresizlik ve dibe vurmuşluk hissiyatının kolayca sezilebiliyor olmasıdır: Yenilginin boyutları ancak düşman tropalar çekilince ortaya çıkmıştır. Türk imgesine –Zigetvar kuşatmasının resmine benzer bir şekilde– bu tablo da ancak dolaylı bir yoldan katkıda bulunmaktadır (Şekil 10).

Tarih ders kitaplarında Mohaç ile ilgili olarak üç resme daha rastlanabilir fakat bunların her biri ancak bir kere kullanılmış ve hepsi farklı dönemlere aittir. Angyal'ın 1902'deki ders kitabında (s. 2) Bertalan Székely'in bir tablosu daha yer alıyor. Székely bu eseri ile Mohaç savaşıdan sonra Osmanlı askerlerinden kaçmaya çalışırken hayatından olmuş Macar soylusu Mihály Dobozi ile karısını anmaktadır. Dobozi, peşine takılmış Türklerden kaçamayacağını anlayınca düşmana esir düşmesini diye eşini bıçaklayarak öldürülmüş. Kendisi ise kılıcını kınından çekip kovalayanlarla yüzleşmiş fakat yenilmiştir. Dobozi'nin hikâyesi bir söylentiden ibaret olsa da birçok edebî ve güzel sanat eserine ilham olmuştur. Tablonun arka planında at sırtında dört nal yaklaşan iki sarıklı Türk gözükmektedir. Arkalarında alevler ve duman, yükselip gökyüzünü karartıyor. Bu tabloda Türkler yine olumsuz bir şekilde resmedilmiştir; tehlike, vahşet, kesin ölüm ve tahribatın simgeleridir.

Székely'in Mohaç Muharebesi'nden esinlemiş bir diğer eseri ise Balogh'un ders kitabında yer almaktadır. “Mohaç Meydan Muharebesi” (*A mohácsi csata*) adını taşıyan bu tablo çatışmanın tuhaf bir sahnesini, Macarlar için artık bütün umutların kaybolmuş olduğu bir anı göstermektedir. Resmin odak noktasında şehit düşmüş Macar ve Osmanlı askerlerinin yan yana yatmış cansız bedenleri yer almaktadır. Arka planda direniş kralın yönetmeliğinde devam ediyorsa da gökyüzünde yaklaşan kara bulutlar kesin yenilginin sembolleridir. Böylece Székely'in bu eseri trajik ama kahramanca bir mücadelenin resimleşmiş hâlidir (Papp, 2020, s. 16–17). Savaşan Osmanlı askerleri resmin odak noktasında olmadıkları için pek dikkat çekmemektedir. Sarıklarından, giysilerinden, silahlarından ve bayraklarından (at kuyruklu sancak) Türk oldukları anlaşılmaktadır. Önlerinde yatan cansız bedenler yığılı tahribatın ve vahşetin boyutlarına dikkat çeker. Ön planda ölmüş vaziyette bulunan iki iri Türk askeri tıraşlı kafalarıyla ve farklı giyim kuşamlarıyla yanlarında yatan Macar askerlerinden oldukça farklı gözükmektedir. Türkler bu tabloda yine saldırgan olarak gösterilip “ölçsüz katliam”, “feci son” ve “çaresizlik” gibi ifadeler çağrıştırmaktadır.

19. yüzyılda ortaya çıkan ve Osmanlı zamanlarını hatıra getiren çok sayıda eserin en güzel örnekleri Székely'in tablolarıdır. Osmanlı/Türk motiflerinin bu denli popüler olması Avusturya aleyhine yürütülen üstü örtülü bir siyasi propagandanın aracı olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bu eserler çifte anlam taşımakta olup Habsburg sansürünün gözünden kaçarak geçmişin önemli anlarının arkasına saklanmış çağdaş Macar politik mücadelelerinin sessiz destekleyicileri olarak görülmelidir (Bertényi, 2013, s. 215).

Bu bağlamda az önce ele aldığımız eserleri tekrar gözden geçirirsek, karşımıza bambaşka bir *tablo* çıkar. Székely'in resmindeki Mohaç sonrası umutsuzluk ve çaresizlik aslında 1849'da bastırılmış ayaklanmanın akabinde Macar halkının kapıldığı duygunun bir benzeri değil midir? 1860'a (tablonun bitirildiği yıla) kadarki süreç Habsburg nüfuzunun giderek artmasıyla damgalanmış neomutlakiyetçilik dönemi (*neoabsolutizmus*) olarak tarihe geçmiştir. Tekrar yabancı bir devletin hâkimiyeti altına geçmiş 19. yüzyılın ortalarındaki Macaristan'ın durumunu Székely, Mohaç sonrası vaziyet ile bağdaştırarak eleştirel bir tonla resmetmiştir.

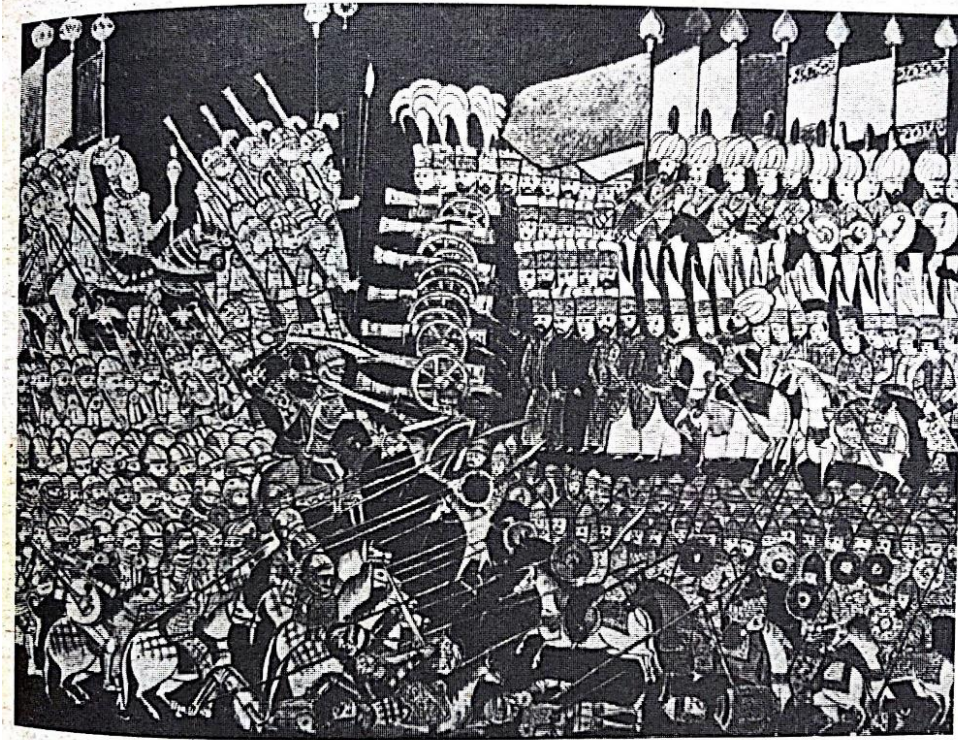
1867'de yaptığı "Eğri Kadınları" adını taşıyan tablosu farklı rüzgarların estiği dönemin eseridir. Bir önceki resminin ardından geçen yedi sene içinde Macaristan birçok ayrıcalık elde etmiştir. Avusturya ile olan Uzlaşma'nın 1867'de imzalanmasıyla devlet birçok alanda özgürlük kazanmış, yeniden gelecekle ilgili hayaller kurulmaya başlamıştır. Yabancı hâkimiyetinden yeni yeni silkinen Macar siyasi mücadelesi bu zaferden duyduğu özgüvenle ulusal birlik şiarı ile yoluna devam etmiştir. Székely'in resmettiği birlik ve omuz omuza verilmiş mücadele İkili Monarşi dönemine hâkim olan ruhun bir tablo şeklinde vücut bulmasıdır.

Türk kılıfı giydirilmiş Avusturyalılar sadece güzel sanat eserlerine değil, edebiyat parçalarına da ilham kaynağı olmuştur. Uzlaşma'dan sonra Habsburg karşıtı duygular güzel sanatlar alanında giderek arka plana itilmişse de (Bertényi, 2013, s. 216) döneme damgasını vuran bir tarihî roman olan "Eğri Yıldızları" (*Egri csillagok*) satırlar arasında okumayı bilenlere çağdaş milli mücadelenin 350 yıl önceki bir paralelini çağrıştırmaktadır (Császtvay ve Fodor, 2015, s. 12). Hikâyeyi kaleme alan Macar yazar Géza Gárdonyi (1863–1922) eserinin siyasi mesajını anlamayan ve Eğri Yıldızları'nı bir gençlik romanı olarak niteleyen yorumları şaşkınlıkla karşılamıştır (Császtvay ve Fodor, 2015, s. 12).

Sarıklı, belinde kuşakla, elinde at kuyruklu bayrakla kalenin duvarlarına tırmanan esmer ve sakallı Osmanlılar, bu dönemin güzel sanatlar ve edebiyat eserlerinin olmazsa olmaz figürleri olmuştur. Bu görsel göndermeleri sergileyen İkili Monarşi dönemindeki eserlere bakan birinin –çağın siyasi gelişmelerini iyi bilmek kaydıyla– aslında Osmanlılara değil Avusturyalılara baktığının farkında olduğunu düşünebiliriz. Fakat dönemin özel koşullarından bihaber olan seyircilere veya henüz gördüklerini soyutlayabilme kabiliyetine sahip olmayan çocuklar ve gençlere bu eserler ne anlatır acaba?

Eperjessy'nin 1982'deki ders kitabında (s. 133) ise Mohaç Meydan Muharebesi'ni konu edinmiş bir Osmanlı minyatürü gösterilmektedir. Bu resmin özelliği Macar bir sanatçının eseri olmamasıdır. Bu minyatür Celâlzâde Mustafa Çelebi'nin *Tabakâtü'l-Memâlik ve Derecâtü'l-Mesâlik* (Memleketlerin Tabakaları ve Mesleklerin Dereceleri) başlıklı eserinde illüstrasyon olarak geçmekte ve savaşın başlangıç anını resmetmektedir (Papp, 2020, s. 12–13). Sol tarafta Kral II. Lajos'un önderliğinde Macar taburu, sağ tarafta ise Sultan Süleyman'ı çevreleyen Osmanlı ordusu yer almaktadır. Bu görselde görünen Türk askerlerinin giysileri Macar sanat eserlerinde resmedilmiş Türk askerlerinden farklıdır. Ordunun büyük çoğunluğu renkli kaftan ve sarıkla değil, zırh ve miğferle gösterilmiştir.

Sadece Kanuni'nin etrafındaki atlılar ve arkadaki mehteranlar renkli kıyafetler giyip değişik başlıklar takmaktadır (Papp, 2020, s. 13). Bu ise Macar tarih ders kitaplarındaki Osmanlı/Türk imgesine küçük bile olsa bir fark katmaktadır (Şekil 11).



A mohácsi csata

(Illusztráció egy korabeli török kódexből)

A kép Dselálzádé Musztafa, II. Szulejmán életét és hadjáratait tárgyaló történetíró művét illusztrálja. Láthatjuk a török hadsereg előtt fölállított ágyúsort, mögötte a szultánt, akit janicsárok és szpáhik vesznek körül. A magyar sereg katonái nyugati típusú páncélba öltöztek, hasonlóképpen a király is, aki díszesen fölszerszámozott lovon ül. Előtte a gyalogos puskások foglalnak helyet

Şekil 11. Bir Osmanlı Minyatüründe Mohaç Meydan Muharebesi

Kaynak: Eperjessy, 1982, 133.

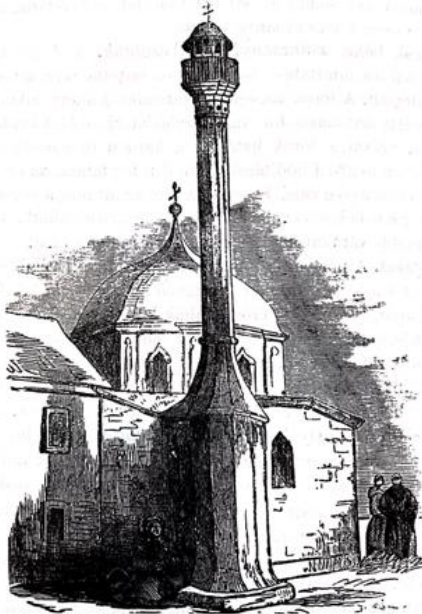
Sosyalist dönemdeki ders kitabı illüstrasyonlarında savaşlar ve çatışmalar değil, Osmanlı hâkimiyeti altındaki gündelik hayat ve egemenlerin merhametsiz uygulamaları ön plandadır. Bunları “Türklerin Zulmü” başlığı altında toplamak mümkündür. Eperjessy ve Walter'in kitabında da yer alan bir resimde Türkler bir Macar tutsağa işkence yaparken gösterilmektedir (Eperjessy, 1982, s. 201; Walter, 1988, s. 239). Resim daha önce sözünü etmiş olduğumuz Ferenc Wathay Macar yiğidine aittir. Kendisi Osmanlılara esir düşüp kaçmaya çalışırken yakalanmıştır. Resimde bu teşebbüsü karşılığında aldığı ceza uygulama anı görülmektedir.

Unger'in 1957'deki kitabında Macar esirlerin uzun sıralarda sürülmesi gösterilmiştir (Unger, 1957, s. XXI). Türk askerleri yine sarıkla resmedilmiştir. Aynı şekilde “Türkler Köyler Yakıyor” (Eperjessy ve Benczedi, 1967, s. 211) adlı başka bir resmin ön planında sarıklı Türklerin büyükbaş hayvanları sürmesi, arka planda ise alevler içinde yanan binalar görülmektedir. Bu iki resmin detayları pek

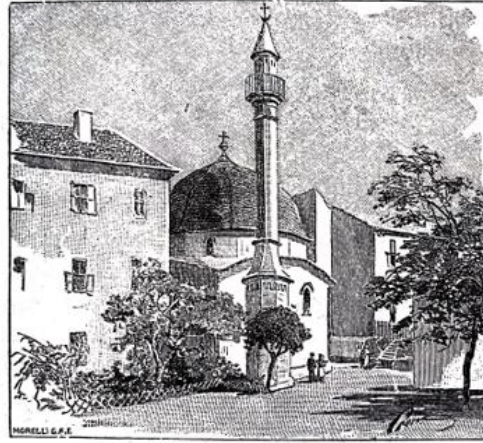
anlaşılmamakla beraber kişilerin hangi millettendiği giysilerinden, özellikle başlıklarından anlaşılmaktadır. Osmanlılar her zaman sarıkla gösterilmektedir.

Son olarak ise renkli bir resimde 16. yüzyıla ait olduğu iddia edilen bir gazete sayfası görülmektedir (Eperjessy, 1982, kitabın sonundaki resimler bölümünde). Ders kitabı yazarı “Türk Köle Pazarı” diye bir başlık altında görselle ilgili aşağıdaki açıklamayı yapmıştır: “16. yüzyıldan bir gazete sayfasının kalıntısı; hem resimle hem sözcüklerle Türklerin Hristiyan kölelerle nasıl ticaret yaptığını anlatmaktadır.” (Eperjessy, 1982). Resmin detayları yine pek net olmamakla beraber at sırtındaki Türklerin sarık takmış olmaları hayal meyal seçilebilir.

Walter’ın 1988’deki ders kitabında iki ilginç illüstrasyona da rastlamak mümkündür. Bunların oryantalist düşüncelerden esinlenmiş olması gerek ki Türklerin romantik ve egzotik yüzlerini göstermektedir. “Türk Serenadı” (Walter, 1988, s. 232) adını taşıyan bir resimde uzun kaftanlı ve sarıklı, belinde kuşak bir adam elinde bağlamayla pencereden sarkan bir kadına şarkı söylerken görülmektedir. Fakat ders kitabında bu sahneye veya başka Osmanlı gelenekleriyle, kültürüyle ilgili herhangi bir açıklama bulunmamaktadır. Aynı kitapta “Müslüman tüccarlarla beraber Macaristan’da develer de görünmeye başlamıştır” diye bir açıklaması olan resimde etrafında sarıklı erkekler bulunan bir deve görülmektedir (Walter, 1988, s. 233). Metnin içinde bu sahneye veya Müslüman tüccarlara dair daha detaylı bir açıklama mevcut değildir.



Mecset és minaret Pécssett.



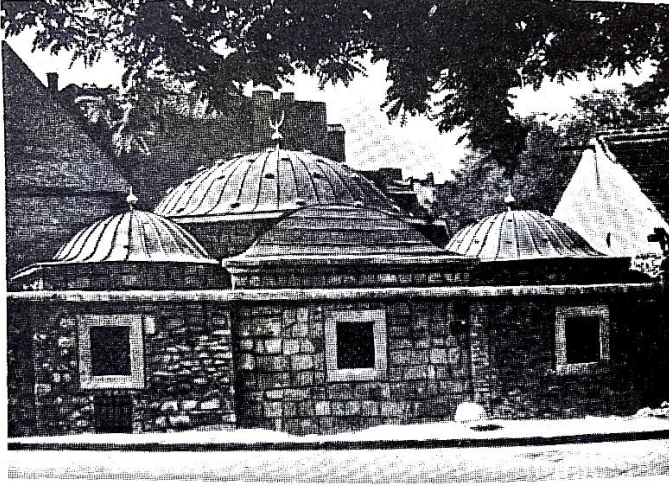
Emlék a török idökböl: a pécsi mecset.

Şekil 12. Pécs Şehrindeki Cami ve Minare

Kaynak: Solda Mangold, 1890, 88; sağda Sebestyén, 1890, 22.

Binalar ve diğer yapılara gelince meşhur Osmanlı mimarisine ders kitaplarındaki görsellerde rastlamak pek mümkün değildir. Binaları konu edinen resimlerin ikisinde İstanbul’daki bir yapı olarak Yedikule Zindanları görülmektedir; bu iki görsele yukarıda değinilmiştir. Geri kalan toplam on adet resim Osmanlı/Türklerden Macarlara miras kalan yapılarla ilgilidir: Pécs şehrindeki cami ve

minare, Eğri şehrindeki minare ve Budapeşte’de bir hamam. Pécs’teki caminin çizimi ders kitaplarında toplam beş kere (Mangold, 1883, s. 71; Mangold, 1890, s. 88; Mangold, 1901, s. 110; Sebestyén, 1901, s. 22; Szádeczky, 1912, s. 24) karşımıza çıkarak İkili Monarşi döneminin en popüler ders kitabı illüstrasyonlarının arasında iken izleyen iki dönemde hiçbir ders kitabında yer almamıştır. Pécs’teki cami, fotoğraf olarak Walter’ın 1988’deki ders kitabına (s. 236) tekrar eklenmiştir. Eğri’deki minare ancak iki kere gösterilmiştir: 1913’te Koczogh ve Takáts’ın kitabında (1913, s. 25) çizim sonra ise 1957’de Unger’in eserinde (s. XXVIII) fotoğraf olarak. Pécs ve Eğri’deki dinî yapılar ek olarak bugün artık ayakta durmayan Peşte camisiyle minaresine sadece bir tane ders kitabında referans edilmiştir (Walter, 1988, s. 236). Ders kitaplarında resmi geçen Macaristan’daki Osmanlı/Türk yapılarının büyük çoğunluğu İslam diniyle ilintilidir. Eperjessy ve Benczédi’nin kitabında (1967, s. 212) gösterilmiş Budapeşte’deki hamam bu açıdan bir istisna olarak sayılabilir (Şekil 13).



A budai török fürdő

Şekil 13. Buda’daki Türk Hamamı

Kaynak: Eperjessy ve Benczédi, 1967, 212.

Ders kitaplarında az sayıda Osmanlı/Türk mimari yapısının gösterilmesinin başlıca nedeni bu binaların zamanla harabeye dönüp yok olmasıdır. Öte yandan bu birkaç yapının da cami, minare ve hamamdan ibaret olması ilginç suallerin doğmasına yol açıyor: Öğrencilere neden sadece bu tür resimlerin gösterilmeye değer olduğu düşünülmüştür? Macaristan’da başka Osmanlı/Türk yapıları yok mudur? Günümüzde ayakta durmuyorsa da başka binaların izine tarih kaynaklarda rastlanamaz mıdır?

Bu sorulara kesin cevap vermek mümkün değilse de bazı tahminlerde bulunabiliriz. Ders kitaplarındaki metinlerden de anlaşıldığı gibi 16. yüzyılda Macarları Türklerden ayırt eden en belirgin özellik birinin Hristiyan diğerinin ise Müslüman olmasıdır. Bu açıdan baktığımız zaman ders kitaplarında cami ve minarelerin sıkça görsel olarak kullanılmış olması yazarların farklı bir kültürü tanıtmak istemesine atfedilebilir bir husustur. Tıpkı insan resimlerinde gördüğümüz gibi: Nasıl farklı

bir kültürden gelen birinin giyim kuşamı farklı ise mimarisinde de bu kültürel fark ortaya çıkacaktır. Öğrencilere kültürel farkların bu yeni boyutuyla ilgili bilgi vermek adına ağırlıklı olarak dinî yapıların gösterilmesi makul bir sebep olarak gözükmektedir.

Fakat az sayıda dinî olmayan yapının gösterilmesiyle –ki mimariye yansımış kültürel farklar onlardan da kolayca anlaşılabilir– dinî ayrımlara hedeflenenden fazla vurgu yapılmış olabildiğini düşünüyoruz. Bu şekilde Hristiyan öğrenciler Osmanlı/Türkleri Müslümanlıkla özdeşleştirip din bakımından ötekileştirebilmektedir.

Bunun yanı sıra ders kitaplarındaki anlatımlarda da çokça izah edildiği gibi Osmanlı/Türkler Macar topraklarında pek fazla mimari faaliyette bulunmamışlardır. Walter’in tabiriyle: “*İnşaat işleriyle uğraşacak ne zamanları ne de paraları vardı. Olsa olsa camiler, köprüler, kalelerde yeni burçlar ve hamamlar yapmışlardır.*” (Walter, 1988, s. 235) Bu iddiadan hareketle incelediğimiz tarih ders kitaplarındaki resimlerin ağırlıklı olarak dini yapılarla (cami ile minarelerle) ilgili olmasının sebebi Osmanlı/Türklerin sonraki Macar nesillerine başka türlü mimari eserler bırakmamış olması olabilir.

Muharebe şemaları hangi tarafların karşı karşıya geldiği, savaş alanında taburların nasıl konumlandığı ve hangi yönlere doğru hareket ettiğinin yanı sıra çatışmanın nerede gerçekleştiğini ve savaş meydanının nasıl coğrafi özelliklere sahip olduğunu göstermektedir. Bu nedenle Osmanlı/Türk imgesini doğrudan etkileyecek bir yorum ya da bir görsel bu tür illüstrasyonlarda bulunmamaktadır. Fakat dolaylı olarak Macarların “Öz” imgesini etkilediği için “Öteki” olan Osmanlı/Türk imgesine de az bile olsa tesir etmektedir.

Mohaç Meydan Muharebesi’nin şeması toplam beş tane ders kitabında geçse de bunların üç tanesi aynı yazara ait bir kitabın farklı basımlarında kullanılmıştır (Mangold, 1883, s. 66; Mangold, 1890, s. 73; Mangold, 1900, s. 92). Mangold (1900, s. 92), oldukça detaylı bir açıklama sunarak Macar birliklerinin hangi unsurlardan oluştuğunu ve onların nerede yer aldığını da göstermektedir. Savaş meydanının Tuna kıyısında olduğunu, dolayısıyla muharebenin bataklıkların bol olduğu bir bölgede gerçekleştiğini bu resimleri incelerken sezme mümkündür. Bu bakımdan Mohaç Meydan Muharebesi’nin resmi, ders kitabında anlatılanlarla hem uyum içindedir hem de uzun uzadıya değinilen karışık bir sahnenin daha iyi anlaşılmasını sağlar.

Mohaç Savaşı’nın şeması Eperjessy ve Benczédi (1967, s. 150) ile Walter’in (1988, s. 151) eserlerinde de yer almaktadır. Bu ders kitaplarında artık Mohaç’a fazla değinilmeyip muharebeye dair en önemli bilgilerin verilmesiyle yetinilmiştir. Bu bağlamda illüstrasyonlar, kitapta yazılı olarak açıklanmamış detayları görsel olarak sunarak metne katkıda bulunmaktadır: Örneğin savaşın bataklıkların yakınında gerçekleşmesi veya Bali Bég’in¹¹ yönetimi altındaki taburların Macar kampına saldırarak Macar birliklerin arkasına geçmesi. Zigetvar kuşatmasının şeması Mohaç Muharebesi’ninkinden biraz farklıdır. Bu sefer vurgu, kalenin etrafını sarmış Osmanlı/Türk birlikleri

¹¹ Malkoçoğlu Yahyapaşazade Bali Bey (?–1543)

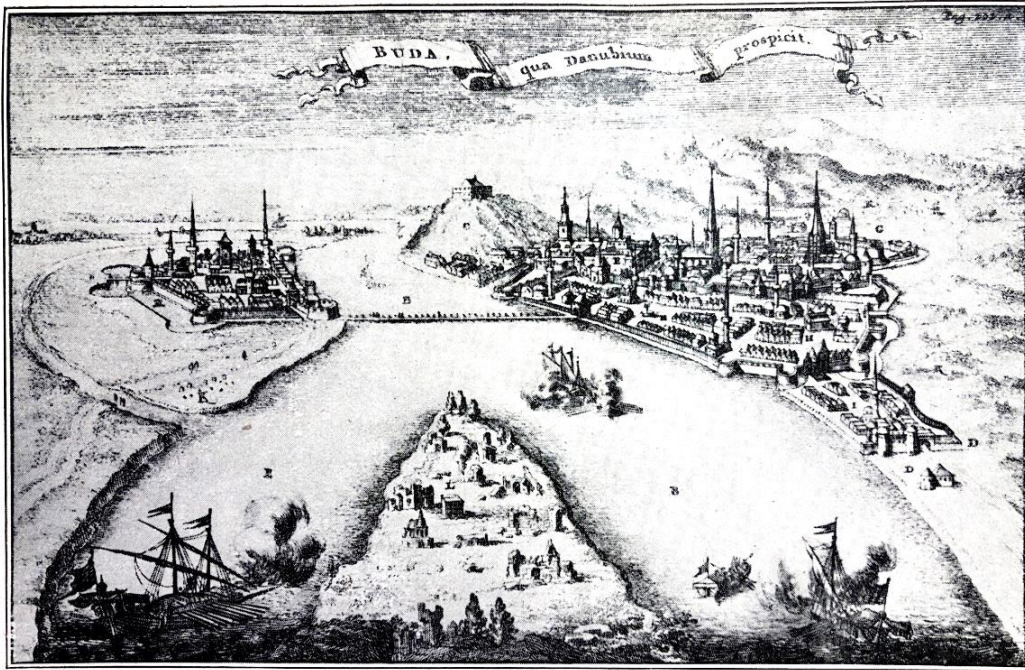
üzerinde olup Macar tarafın kalede olduğu ima edilmektedir. Üç ders kitabında (Balogh, 1931, s. 82; Sebestyén, 1901, s. 18; Szádeczky, 1912, s. 21) kullanılmış bu illüstrasyon ön planda Türk taburlarının çadırlarını, solda ve arkada ise kaleyi hedef almış çok sayıda Osmanlı topunu göstermektedir. Kalenin öbür tarafları su ile çevrili olduğu için¹² Macar askerlerinin köşeye sıkıştırıldığı tahmin edilebilir bir husustur.

Muharebe şemaları sahneler kadar güçlü imgeler barındırmasa da ders kitaplarında bir olayın görsel olarak da desteklenmesi, yazarlar tarafından o vakaya özel dikkatin çekilmesi istenmesi demektir. Bir olay ne kadar fazla resimle referans edilirse üzerine o kadar fazla düşünülmesi istenmektedir. Ders kitaplarında geçen şemalardan Macar taburların hem Mohaç'ta hem de Zigetvar'da dezavantajlı bir durumda olduğu anlaşılmaktadır. Bu özellik bir yandan “ya öyle olmasaydı” düşüncelerine mahal verirken, öte yandan kendi kendine acımaya ve tarihi yenilgileri kör talihe veya alın yazılarına atfetmeye meyilli Macarların öz imgelerini destekler niteliktedir: Onca olasılık arasından en kötüsü olmuştur. Macarlara kaderin kurbanı olduklarını hatırlatırken, Türklerin yine yenen taraf olduğunu gösterip Osmanlı/Türk imgesine “saldırganlık”, “savaş”, “tehlike” gibi sözcükler de ekler.

Özetle muharebe şeması, metinde anlatılanları görsel olarak destekleyecek veya düzelterek mahiyette olabilmekle beraber bir tarihî olayı öne çıkarmanın vasıtasıdır. Şema, hem irdelenerek başka senaryoların hayal edilmesini mümkün kılar hem de seyirciyi bir gerçek ile karşı karşıya bırakır: Kuvvet dengesine göre en muhtemel sonuç meydana gelendir. Bu husus “Öz” imgede “kurban” algısını güçlendirirken “Öteki” imgesinde “saldırganlık” özelliğine parmak basar.

İllüstrasyonlarla bir tarihî olayı öne çıkarıp diğerinin üstünü örtme yöntemini iki Belgrad Savaşı'nın ders kitaplarındaki ele alınışında yakalayabiliriz. Türkçe literatürde Belgrad Kuşatması olarak anılan ve 1456'da gerçekleşen çatışma Macarların zaferiyle sonuçlanmışken 1521'de meydana gelen savaşta Osmanlı/Türkler yenmiştir. Bundan dolayıdır ki bu hadise Türkçe kaynaklarda Belgrad'ın Fethi olarak referans edilmektedir. Tarih ders kitaplarındaki resimlere göre 1456'daki zafer ön plandayken 1521'deki yenilgiye ancak metin içinde ve kısaca değinilmektedir. İki tarih ders kitabında (Eperjessy ve Benczédi, 1967, s. 133; Eperjessy, 1982, s. 111.) 1456'daki Belgrad Kuşatması'nın şemasını, bir kitapta (Balogh, 1931, s. 61) kuşatma esnasında gerçekleştiği iddia edilen ve efsane mertebesine yükselmiş olan Titusz Dugovics'in kahramanlığına adanmış bir tablo, başka bir kitapta ise (Walter, 1988, s. 121) Belgrad'ın kuşatma anındaki manzarasını görebiliriz. Buna karşın incelediğimiz tarih ders kitaplarında 1521'deki Belgrad Savaşı ile ilgili herhangi bir görsel bulunmamaktadır.

¹² Adından da anlaşıldığı gibi: *Szigetvár* “Ada Kalesi” demek.



Buda és Pest a török uralom alatt.

Budával együtt török uralom alá került a Duna–Tisza köze is. *János Zsigmond* székhelye *Lippa* lett. Ezentúl uralma alá a tiszántúli és erdélyi részek tartoztak. A következő években újabb török seregek nyomultak az országba. Céljuk *Ferdinánd* hatalmának csökkentése és Buda biztosítása volt. Ekkor kerültek török kézre Székesfehérvár, Esztergom, Pécs, Vác és Nógrád vára. *A török uralom Buda elfoglalásától számítva 150 éven át tartott. A hódított terület folyton növekedett és kettéválasztotta Ferdinánd és János Zsigmond ország-részt. Hazánk ilyen módon három részre hullott szét.*



Buda és Pest a török hódoltság korában.

Şekil 14. Türk Hâkimiyeti Döneminde Budin ve Peşte
Kaynak: Yukarıda Szigethy, 1901, 25; aşağıda Ember, 1926, 76.

Bir şehrin manzarasını konu edinen ders kitabı illüstrasyonlarının bilinen bir mekânın (örneğin Budin'in) farklı bir yüzünü göstererek seyirciyi şaşırtma veya infiale uğratma amacıyla kullanılması olasıdır. Bu niyete en çok Budin ve Peşte hizmet ederken ara sıra başka şehirlerin görsellerine de rastlamak mümkündür.

İncelediğimiz ders kitaplarında “Türk Hâkimiyeti Altında Budin ve Peşte” diye adlandırılmış dört tane illüstrasyona rastlanmıştır (Baróti ve Csánki, 1901, s. 21; Ember, 1926, s. 76; Szádeczky, 1912, s. 9; Szigethy, 1901, s. 25). Bunların üç tanesi aynı manzarayı gözler önüne sermektedir: Tuna Nehri'nin sol kıyısında Peşte, sağ kıyısında Budin şehri uzanırken, şehirlerdeki yapılar arasından çok sayıda ince minare göğe doğru yükselmektedir. Dikkatlice bakınca camilerin kubbeleri de hayal meyal seçilebilir. Şehir manzarası zamanla bir hayli değişerek bu camilerle minareler tamamen yok olmuştur. Budapeşte'nin daha güncel hâlini bilen biri, şehir manzarasının bir zamanlar minarelerin de ayrılmaz parçası olduğunu görünce şüphesiz şaşırır. Aynı manzaranın kuş bakışı olarak bir minarenin tepesinden resmedildiğini (Ember, 1926, s. 76) görünce ise hayrete düşer.

Bu tür resimlerde yine mimari yapılar ön planda olmakla beraber bu sefer vurgu bu yapıların özelliklerinde değildir. Yerli mimariye aykırı yapılar (örneğin Budin ve Peşte'de cami ve minareler) çoğalınca o mekânın kültürel yüzü de dönüşür. Budin'i veya Peşte'yi Osmanlı/Türk şehri olarak görmek bir Macar için şaşırtıcı ötesi bir durumdur.

Jászai'nin kitabında (1903, s. 9) Budin'in 1541'deki düşüşü resmedilmiştir. Görüldüğü gibi şehirde minarelerin veya camilerin henüz izi yoktur. Bu resmin farklı bir “görevi” olduğu tahmin edilebilir. Macarlara talihlerinin yaver gitmediğini bir tarihî görsel ile hatırlatmak hem bu olayın önemini artırır hem de toplumsal hafızaya hizmet ederek 1541 tarihini unutturmaz (Şekil 14).

İncelediğimiz tarih ders kitaplarında Budin ve Peşte dışında bir kere Szarvas'ın da Osmanlı/Türk şehri olarak gösterildiği görülmüştür (Eperjessy, 1982, s. 203). Şehir manzarası konusu altında Walter'in 1988'deki ders kitabında (s. 234) oldukça ilginç bir resimden bahsetmek mümkündür. “Macar şehri” açıklamasını taşıyan bu görselin daha geniş bir esere ait olduğu iddia edilmektedir. Fakat bağlamdan koparılmış olduğu için ders kitabında kullanılmasının tam olarak hangi amacı güttüğü anlaşılmamaktadır. Resmin sol tarafında başında sarık olduğu tahmin edebildiğimiz sakallı bir adam durmaktadır. Giysilerinden de yabancı biri olduğu anlaşılmaktadır. İlk bakışta Osmanlı/Türk olduğunu düşünebileceğimiz bu şahsın kısa bir araştırma sonucunda aslında Aziz Nikolaos olduğunu ve resimde “tahıl mucizesi” olayının gösterildiğini öğrenebiliriz (“Kolozsvári Tamás”, Képzőművészet Magyarországon). Herhangi bir kontektsten yoksun, yanlış izlenimler verebilecek resimlerin ders kitaplarında kullanılması oldukça ilginç bir husustur.

Nesnelerin ders kitaplarında illüstrasyon olarak kullanılması –en azından 16. yüzyılın kapsamında– pek tercih edilen bir uygulama olarak gözüküyor. İncelediğimiz ders kitaplarında nesnelere sadece iki defa referans olarak gösterilmiştir: Eperjessy ve Benczédi'nin kitabında Eğri'deki Osman Paşa'nın Macarcada yazılmış mektubunun ilk satırları (Eperjessy ve Benczédi, 1967, s. 210), Eperjessy'nin

kitabında ise (1982, s. 135) Mohaç Meydan Muharebesi'nin gerçekleştiği tahmin edildiği ovada bulunmuş toplu mezarlardan biri sunulmuştur (Şekil 15.) Mektup, el yazısıyla yazıldığı için pek anlaşılmiyor, ders kitabındaki metin içinde ise mektuba veya içerdiği mesaja dair herhangi bir açıklama bulunmamaktadır. Böylece Osmanlı/Türk imgesini olumlu veya olumsuz yönden etkileyebileceği söylenemez. Buna karşın Mohaç Ovası'ndaki toplu mezar seyirciye bir kez daha Mohaç'taki yenilginin önemini ve boyutunu hatırlatır. Ayrıca ölenlerin sayısına dair sadece istatistiksel bilgi vererek değil, onu resim olarak da göstererek Mohaç'ta yaşanmış dehşetin kapsamını ima eder.



*A mohácsi csatamezőn föltárt
egyik tömegsír
(fénykép)*

Şekil 15. Mohaç'ta Bulunmuş Bir Toplu Mezar

Kaynak: Eperjessy, 1982, 135.

İkili Monarşi döneminde hem piyasadaki tarih ders kitaplarının sayısı hem de bu kitaplardaki resimlerin sayısı görece yüksektir. Dönemin ilk yarısında kitaplarda illüstrasyonlara yaygın olarak rastlanmasa bile 1800'lerin sonlarına doğru ve yeni yüzyılın başında –pedagojik ve estetik amaçlar da güderek– ders kitaplarında görsellerin kullanılması geniş bir uygulama hâline gelmiş gözükmemektedir. İkili Monarşi döneminde toplam 19 kitap incelenmiştir; 4 tanesinde 16. yüzyıla dair hiç resim bulunmazken 15 kitapta toplam 53 adet resim mevcuttur.

Bu dönemdeki ders kitaplarının ortak özelliği romantizm ile milliyetçiliğin izlerini taşıyan güzel sanat eserlerine sıkça yer vermeleridir. 19. yüzyılın meşhur Macar ressamı Bertalan Székely'in Macar

tarihinin önemli sahnelerini resmeden tabloları sık sık ders kitabı görseli olarak görev almaktadır. “Eğri Kadınları”, “II. Lajos’un Cesedinin Bulunması”, “Zrínyi’nin Dışarıya Fırlaması” ve “Dobozi ile Eşi” Székely’in en çok karşımıza çıkan tablolarıdır. Buradan da anlaşılmaktadır ki Mohaç Meydan Muharebesi, Eğri Kalesi’nin savunması ve Zigetvar Kuşatması 16. yüzyıldaki Macar tarihinin görsel olarak da öne çıkarılmak istenen hadiseleridir. Romantizm ve milliyetçilik akımlarından etkilenmiş güzel sanat eserlerini göstererek ders kitabı yazarları, öğrencinin sadece zihnine değil, zevkiselimi vasıtasıyla duygularına da hitap etmek gayesindedirler. Sebestyén’in (1901, Ön Söz) tabiriyle: “[...] eğer talebenin zihninde mazi canlanabilirse ve gönlünde millî duygular ateşlenirse eğitim, görevine ulaşmıştır demek.”

Horthy döneminde hem ders kitaplarının sayısı hem de içerdikleri resimlerin sayısı önemli bir azalış göstermektedir. İncelediğimiz 10 adet ders kitabının ancak 6’sında illüstrasyonlar mevcuttur: Toplam 19 adet. Dönemin ilk yarısında İkili Monarşi dönemindeki resim uygulamaları devam etmekteyken 1930’lardan itibaren ders kitaplarındaki görseller tamamen kaldırılmıştır: Ders kitaplarındaki anlatım sadece metinlerden ibaret hâle gelmiştir. Horthy dönemindeki resimlerde de en çok Macar tarihinin “örnek alınması gereken” sahneleri yer almaktadır: “Mohaç Muharebesi”, “II. Lajos’un Cesedinin Bulunması”, “Eğri Kadınları” ve “Zrínyi’nin Dışarıya Fırlaması”; hepsi de Bertalan Székely’in eserlerinden esinlenmiştir.

Bu husustan da anlaşılmaktadır ki ders kitaplarındaki millî duygular hâlâ güncel tutulmak istenmektedir. Trianon Barış Antlaşması ardından seneler geçmiş olmasına rağmen toprak kaybının acısı hâlen gönüllere batmaktadır. Bu dönemdeki ders kitabı resimlerinin görevi öğrenciye tarihin büyük yenilgilerini göstererek onu daha parlak bir istikbal umuduyla millî birliğe teşvik etmektir. Ember, 1926’da (*A tanulóhoz* [Talebeye Hitaben]) çıkmış ders kitabında öğrencilere adanmış ayrı bir ön sözde şöyle söyler: “[...] Milletimizin tarihi hüznü saygılarla dolu. Fakat mahvoluştan her zaman yeni bir hayat yeşerir. Bu sefer de böyle olacağına inan. Vatanının tarihini severek oku ki geçmişini tanıyarak daha mutlu bir geleceği hazırlayabilesin.”

Sosyalist dönemde ders kitaplarının sayısı iyice azalsa da görseller büyük bir artış göstermektedir: Resim içeren 4 adet ders kitabında toplam 29 tane illüstrasyon mevcuttur. Fakat önceki dönemlerle kıyasladığımız zaman bu görsellerin oldukça farklı niteliklere sahip olduğunu görebiliriz. Büyük savaşların romantik ve milliyetçi duygulardan etkilenmiş resimleri kaldırılmış yerlerini mimari yapılar, oryantalist sahneler ve kölelik motifi almıştır. Vurgu, milletlerarası çatışmalardan ezilen ve ezen arasındaki ilişkiye kaymış gözükmektedir.

Osmanlı’ya karşı savaşlara dair ya da onları çağrıştıran resimler ders kitaplarında hâlâ yer almaya devam ediyorsa da farklı yönleri öne çıkarılmaktadır: Eğri Kalesi’nin kuşatması yerine Eğri’de bir minare, Mohaç’taki çatışma sahnesinin yerine savaş alanında bulunmuş bir toplu mezar ve Osmanlı hâkimiyetinin mirası olarak günümüzde de ayakta duran mimari yapılar (örneğin Pécs’teki cami veya

Budapeşte'deki hamam) gösterilmektedir. Tarih ders kitaplarına da yansıyan ideolojik değişimi Walter'in (1988, s. 5) eserindeki ön söz açıkça göstermektedir:

“Tarih nedir? Tarih, gerçeğin bütününi tarif etmeyi amaçladığı için Marx'ın onu ‘bilimlerin bilimi’ olarak tanımladığı yaygın olarak bilinmektedir. 19. yüzyılın romantik bakış açısına göre milletlerin kendilerini tanıması ve millî gururun bir haznesidir. Sosyal Bilimlerin bir alanı olarak odak noktasına en temel insani değerleri almakta olup bizim için her şeyden ziyade bir derstir; bir halkın, bir milletin, hatta insanlığın ortak, canlı hafızasıdır.”

Bu satırlardan da anlaşılmaktadır ki sosyalist dönemin tarihe bakış açısı romantizmi geride bırakarak önceki dönemlere göre kökten değişmiştir.

Ders kitaplarındaki resimlerde gördüğümüz Osmanlı/Türkler genelde aynı tarz giyim kuşamla, başlarında sarıkla, bellerinde kuşakla, renkli kaftan giymiş olarak gösterilmektedir. Özellikle güzel sanat eserlerinde kafası bir tutum saç hariç tıraşlı Osmanlı askerlerine de sıkça rastlanabilir. Dış görünüşleri ve kıyafetleri dışında resimlerde Türklerin aksesuarları ile silahları da onları Macarlardan ayırt edici niteliktedir. Sürekli tekrarlanan bir motif olarak Osmanlıların at kuyruklu sancağı ders kitaplarındaki resimlerde sık sık önümüze çıkar.

Osmanlı/Türkler bir sahne içinde faal hâlde gösterildikleri zaman “saldırganlık”, “vahşet”, “tehlike”, “kesin ölüm”, “mahvoluş”, “çaresizlik”, “eziyet” ve benzer olumsuz sıfatlar çağrıştırılmaktadır. Yer aldıkları resimlerde kırmızı renginin bolca kullanılması Türklerin tehlikeli olduğunu, kararmış gökyüzünün motifi ise çaresizliği ve yaklaşan mahvoluşu simgelemektedir. Ortak bir Macar–Osmanlı hadisesini konu alan fakat Türklerin ancak imalı bir şekilde yer aldıkları illüstrasyonlar da mevcuttur (“II. Lajos'un Cesedinin Bulunması”, “Zrínyi'nin Dışarıya Fırlaması”). Seyircinin bu tarihî bağlamı iyi bilmesi şartıyla bu resimlerden de Türklerin “vahşi”, “saldırgan”, “tehlikeli” ve “Macarları daima çaresizliğe düşüren” bir unsur oldukları sezilebilir, dolayısıyla bu resim ve illüstrasyonlar Türk imgesini olumsuz bir yönde etkilemektedir.

Resimlerdeki Türklerin gerçekten Türkler olarak algılanması gerekip gerekmediğine bu noktada değinmekte fayda vardır. Tarih derslerinin olduğu kadar tarih ders kitaplarının da şimdiki zamanla bir bağı vardır. Odak noktası geçmişteki hadiseler olsa bile onlardan çıkarılabilecek ve yeni dönemlerde de geçerliliğini koruyacak bir ders her zaman vardır. O. Varga, 1886'daki kitabının ön sözünde (s. 1) “*Bir Macar olarak [bu kitapla] sadece öğretmek değil, eğitmek istiyorum.*” der. Tam yüz iki sene sonra Walter (1988, s. 5), kendi eserinde bunu şöyle ifade eder: “*Ders kitabımız geçmişten bahsederken her zaman günümüze hitap etmektedir.*” Acaba farklı dönemlerin ders kitapları Osmanlı/Türkleri gösterirken öğrenciye nasıl çağdaş mesajlar iletmeye çalışmaktadır?

Türkler, 16. yüzyıl bağlamında Macarların ve Hristiyanlığın düşmanları olarak tanıtılmaktadır. Osmanlı, Macarların elinden özgürlüklerini alan, Macar topraklarını işgal edip kendi yasalarıyla yöneten, gayrimeşru bir egemen olarak algılanmaktadır. Onunla ancak “millî birlik”, “fedakârlık”,

“millete ve inanca sadakat” şiarları ile yola çıkanlar baş edebilirler. Bu bağlamda İkili Monarşi dönemindeki resimlerde Türkler gösterilirken aslında Avusturya ile Habsburg Hanedanı'nın Macarlar üzerindeki nüfuzuna gönderme yapılmaktadır. 19. yüzyılda Macarların gözünde Habsburglar egemenliğini Macarlara zorla dayatmaya çalışan, milli birliği dağıtan ve Macar topraklarının bağımsızlığını tehdit eden bir unsur olarak görülmektedir. 1867'de gerçekleşen Uzlaşma'dan sonra bu karşıtlık duygusu açıkça dile getirilemese de gelecek nesillere aktarılmasının görevini güzel sanat ve edebiyat eserlerinin yanı sıra tarih ders kitapları görmüştür.

Horthy döneminde artık Habsburglar değil, Macar topraklarının kaybına neden oldukları düşünülen yabancı halklar ön plandadır. Yabancıların olumsuz etkileri ders kitaplarındaki metinlerde de sıkça dile getirilen bir husustur. Yabancı kralların Macarların diline, geleneklerine ve topraklarına özenmedikleri için Macar halkının başına sadece dert getirmiş olmasına sık sık parmak basılmaktadır. Ayrıca 16. yüzyılda Macar topraklarına yerleşmeye başlayan yabancı halklar da ülkedeki birliği içerden kemirecek bir tehdit olarak tarif edilmektedir. Bu bağlamda resimdeki Türklere, “tehlikeli yabancı” kılığı giydirilmektedir.

Sosyalist dönemin ders kitaplarında ise Türkler, Macar halkını ezen ve köleliğe zorlayan egemen olarak resmedilmektedir: Ezen–ezilen ilişkisinden oluşan iki farklı sınıf arasındaki münasebete ışık tutulmaktadır. Ezen, sanki konumundan doğan bir hakmış gibi zulmeder, ezilen ise üstadına boyun eğerek kullanılır, ondan faydalanılır ve zulmedene hizmet eder. Sosyalist dönemdeki ders kitaplarında bu ilişkinin ne kadar haksız, tek taraflı ve kabul edilemez olduğuna dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Böylece ders kitaplarının sayfalarında uluslararası savaşların yerini sınıflararası mücadele almıştır.

SONUÇ

Görüldüğü gibi 1879 ile 1990 arasında kullanılmış Macar lise tarih ders kitaplarında Osmanlı/Türklere ilişkin görseller çeşit bakımından oldukça zengin, sayısal olarak ise fazla denebilecek miktarda mevcuttur. Ne var ki bu görseller mercek altına aldığımız üç dönemde bazı farklılıklar sergilemektedir. İkili Monarşi dönemindeki ders kitaplarında –teknolojinin pek gelişmemiş bir durumda olmasına rağmen– çok sayıda illüstrasyona yer verilmiştir. Bunlar arasında en çok Osmanlı yönetiminin mensuplarına (sipahilere ve yeniçerilere), onların giyim kuşamlarına dikkat çeken görsellere rastlamak mümkündür. Ayrıca Sultan Süleyman'ın türlü görsel temsilleri de ders kitaplarında sıkça başvurulan resimler arasındadır. Bunların yanı sıra 1800'lerin ikinci yarısında yapılmış yağlı boya tabloların sık sık illüstrasyon olarak kullanıldığı görülmektedir. Bunlarda Osmanlı/Türkler, saldıran taraf olarak gösterilmekte, tehlike, ölüm, zulüm, vahşet gibi kavamlar çağrıştıran ve Macar milli tarihinde son derece önemli bir yere sahip olan sahneler içinde resmedilmiştir. 16–17. yüzyıllardaki Osmanlı hâkimiyeti dönemine gönderme yapan bu görsellerde –dönemin ve siyasi konjonktürün koşulları gereği– başta savaş sahneleri yer almakta, Osmanlı/Türkler ise saldırgan askerler olarak resmedilmektedir. Başında sarık, belinde kuşak, elinde ucu eğri bir kılıç ile gösterilen esmer ve sakallı Osmanlı askerleri, Osmanlı/Türklerin Macar

toplumsal hafızasındaki görsel imgesine en çok damgasını vuran ögesi olduğu söylenebilir. Söz konusu yağlı boya tablolarında ayrıca at kuyruklu sancak da resmedilen Osmanlı askerlerini tamlayan bir nesne olarak sürekli kullanılmaktadır.

Hâlbuki milliyetçi duygular kışkırtan ve romantizmin izlerini taşıyan yağlı boya tablolarının 19. yüzyılda bu denli popüler olması Macar halkının Osmanlı/Türklere karşı beslenen olumsuz duygularında değil, o zamanda hüküm süren Habsburg Hanedanı'na olan tepkisinde aranmalıdır. Macarların en ümitsiz çatışmalarda bile bir birlik hâlinde kahramanca savaştığını gösteren bu tablolar, 16–17. yüzyılın tarihî olaylarına gönderme yaparsa da, aslında 19. yüzyılda yaşanan siyasi zorluklar karşısında Habsburglara yönelik bir nevi pasif protesto olarak yorumlanabilir. Bununla birlikte Macarların politik davasında halka umut verip yol gösteren bir unsur olarak değerlendirilmesi de mümkündür. Dolayısıyla İkili Monarşi döneminde bir Macarın bu tablolardaki Osmanlı/Türklere baktığı zaman zihninde ülkeyi siyasi anlamda kuşatan Habsburg yönetiminin canlandığını söylemek mümkündür. Ne var ki o dönemin koşullarına hâkim olmayan sonraki nesillerin mensupları, bu yağlı boya tablolarına baktıklarında Habsburgları değil, somut olarak temsil edilen Osmanlı/Türkleri göreceklerdir.

Horthy döneminin ilk kısmında yazılmış ders kitapları hem ele aldıkları konu itibarıyla hem de başvurulan görseller bakımından İkili Monarşi dönemindeki ders kitaplarını andırmaktadır. 1920 ile 1940 arasındaki yıllarda ders kitapları sayfalarında Osmanlı yönetiminin temsilcilerinin yanı sıra Sultan Süleyman'ın çeşitli portrelerine sıkça rastlamak olasıdır. Ayrıca 19. yüzyılın popüler yağlı boya tabloları da görseller arasında yer almaya devam etmektedir. Amma velakin 1940 yılından sonra çıkan ders kitaplarında –İkinci Dünya Savaşı'nın beraberinde getirdiği ekonomik zorluklardan olsa gerek– hiçbir görsel kullanılmamıştır.

1945'te başlayan sosyalist dönem ders kitaplarındaki görseller açısından birçok yenilik getirmiştir. Eski ders kitaplarında da gösterilen, Osmanlıların özellikle dinî yapılarını (cami, minare) ve Sultan Süleyman'ın çeşitli temsillerini konu edinen illüstrasyonlarla karşılaşmak hâlâ mümkün olmakla beraber yağlı boya tablolarının izine rastlanmamaktadır. Onların yerini Macar ve Osmanlılar arasındaki çatışmalar, Osmanlı'nın köle taciri olduğuna vurgu yapan resimler almıştır. Bunun başlıca nedeni sosyalist dönemde tarihî olayların sınıf çatışması bağlamına oturtulması, her türlü anlaşmazlığın ezen ve ezilen, hükmeden ve hükmedilen olmak üzere iki tarafın karşılıklı mücadelesine indirgenmesinde aranmalıdır. Ayrıca bağlamdan koparılmış, hiçbir yeni bilgi yansıtabilecek nitelikte olmayan, özel bir mesaj taşımayan, ancak var olan basmakalıp düşüncelerin güçlenmesine mahal veren görsellerin kullanıldığı da sıkça görülen bir husustur. Sosyalist dönemdeki illüstrasyonların sayısal olarak fazla olması, neredeyse her ders kitabında yeni resimlere başvurulduğu, dolayısıyla farklı kitaplarda aynı görsele rastlamanın neredeyse hiç mümkün olmadığından kaynaklanmaktadır.

Genel olarak baktığımızda hem İkili Monarşi döneminde hem de sosyalist dönemde ders kitaplarındaki görsellerin çok zengin bir yelpazesi ile karşı karşıyayız. Fakat İkili Monarşi dönemindeki görseller güçlü mesajlar ve milli duygular yansıtmaya alet edilirken sosyalist dönemde başvurulan illüstrasyonlar konusu itibarıyla daha nötr mahiyettedir. Harekete geçirmek yerine olsa olsa pasif bilgilenmeyi amaçlanarak Osmanlı/Türk imgesinin var olan kalıplarını sağlamlaştırmaya yol açmaktadır.

16. ve 17. yüzyılların büyük kısmına damgasını vuran Osmanlı hâkimiyeti dönemi, durumun koşulları gereği Macarların siyasi anlamda Osmanlı yönetimi tarafından hükmedildiği bir çağdır. Bundan dolayıdır ki milliyetçi düşüncelerle dolup taşıyan tarih ders kitaplarında Osmanlı/Türklerin “zaruri olarak” olumsuz özellikleri, saldırgan ve tehlikeli olması vurgulanıp Macar olana aykırı bir unsur olarak ötekileştirilecektir. Bu çalışma kapsamında incelenmiş görseller de bu olguyu destekler niteliktedir. Bu noktadan hareketle Macarlar ve Türkler arasında dostluk ilişkilerinin de mevcut olduğu dönemlerin araştırmaya katılmasıyla daha kapsayıcı ve gerçekçi bir Osmanlı/Türk imgesinin çözümlenmesi mümkün olacağını düşünmekteyiz.

KAYNAKÇA

Birincil Kaynaklar

- Angyal, D. (1902). *A magyarok története. Középiskolák IV. osztálya számára [Macarların tarihi. Liselerin IV. sınıfı için]*. Budapest: Lampel Kiadó
- Balogh, A. (1931). *Magyarország történelme. A gimnáziumok, a reálgimnáziumok, reáliskola és leányközépiskolák 3., a leánykollégiumok 4. osztálya számára [Liselerin, Fen Liselerinin, Fen Okulunun ve Kızların Orta Dereceli Okullarının 3., Kız Kolejlerinin 4. Sınıfı İçin]*. Budapest: Szent István Társulat
- Baróti, L., Csánki, D. (1891). *Magyarország története. A középiskolák alsó osztályai és polgári fiúiskolák számára [Macaristan tarihi. Liselerin alt sınıfları ve kent erkek okulları için]*. Budapest: Lampel Kiadó
- _____. (1901). *Magyarország története II. rész. A középiskolák alsó osztályai számára [Macaristan Tarihi II. Bölüm. Liselerin Alt Sınıfları İçin]*. 6. Göz. geç. bs. Budapest: Lampel Róbert (Wodianer F. és Fiai)
- Csuday, J. (1884). *A magyarok történelme. A gymnasium III. osztálya számára [Macarların tarihi. Liselerin III. sınıfı için]*. Szombathely
- Domanovszky, S. (1926). *Magyarország története. Középiskolák 3. osztálya [Macaristan tarihi. Liselerin 3. sınıfı]*. Budapest: Egyetemi Nyomda
- Ember, I. (1926). *A magyar nemzet története. Középiskolák 3. osztálya számára [Macar milletinin tarihi. Liselerin 3. sınıfı için]*. Budapest: Athenaeum Kiadó
- Eperjessy, G. (1982). *Történelem. A gimnáziumok II. osztálya számára [Tarih. Liselerin II. sınıfı için]*. 2. Bs. Budapest: Tankönyvkiadó
- Eperjessy, G., Benczédi, L. (1967). *Történelem. A gimnáziumok II. osztálya számára [Tarih. Liselerin II. sınıfı için]*. Budapest: Tankönyvkiadó
- Horváth, M. (1890) *A magyarok története a tanulóifjúság számára. Középiskolák, polgári fiú- és leányiskolák, valamint felsőbb leányiskolák számára [Genç talebeler için Macarların tarihi. Liseler, kent erkek ve kız okulları ve üst düzey kız okulları için]* (Göz. geç. H. Marczali, 10. bs.). Budapest: Eggenberg
- Jászai, R. (1903). *Magyarország története. A mohácsi véstől a legújabb időig. Középiskolák IV. osztálya számára [Macarların tarihi II. bölüm. Mohaç felaketinden en yeni zamana kadar. Liselerin IV. sınıfı için]*. Budapest: Lampel Kiadó
- Jászai, R. (1926). *Magyarország története. Középiskolák 3. osztálya [Macarların tarihi. Liselerin 3. sınıfı]* (Göz. geç. Gy. Balanyi). Budapest: Lampel Kiadó
- Koczogh, A., Takáts, Gy. (1913). *A magyar nemzet története 1526-tól 1867-ig. A gimnáziumok és reáliskolák IV. osztálya számára. A tanterv és utasítások figyelembe vételével [1526'dan 1867'ye Kadar Macar Milletinin Tarihi. Hümanist Liselerin ve Fen Okullarının IV. Sınıfı İçin. Öğretim Planı ve Yönergelerin Dikkate Alınması İle]*. Budapest: Athenaeum
- Kosáry, D. (1945). *Magyarország története. Az őskortól a szatmári békéig. A gimnáziumok VII., a líceumok és gazdasági iskolák III. osztálya számára [Macaristan tarihi. Tarih öncesi dönemden Szatmár Barış Antlaşması'na kadar. Liselerin VII., Kolejlerin ve İktisadi Okulların III. sınıfı için]*. Budapest: Szikra Kiadó

- Madai, P. (1926). *Magyarország történelme. Gimnáziumok, reálgimnáziumok és reáliskolák 3. osztálya számára [Macaristan tarihi. Liseler, fen liseleri ve fen okullarının 3. sınıfı için]*. Budapest: Franklin Kiadó
- Mangold, L. (1883). *A magyarok története. Középiskolák alsó osztálya számára [Macarların tarihi. Liselerin alt sınıfları için]*. Budapest: Franklin Kiadó
- Mangold, L. (1890). *A magyarok története. Középiskolák alsó és polgári iskolák számára. [Macarların tarihi. Liselerin alt sınıfları ve kent okulları için]*. Göz. geç. 5. bs. Budapest: Franklin Kiadó
- Mangold, L. (1900). *A magyarok története. Középiskolák III. és IV. osztálya számára [Macarların tarihi. Liselerin III. ve IV. sınıfı için]*. Göz. geç. 6. bs. Budapest: Franklin Kiadó
- Marczali, H. (1894). *Magyarország története [Macaristan tarihi]*. Budapest: Athenaeum Kiadó
- Marczinkó, F., Pálfi, J. ve Várady, E. (1941). *Magyarország története a szatmári békéig. A gimnázium és leánygimnázium 7. osztálya számára (gimnáziumi történelmi egységes tankönyvek sorozata [Szatmár Barış Antlaşması'na kadar Macaristan tarihi. Liseler ve Kız liselerinin 7. sınıfı için (liselerin için ortak tarih ders kitapları dizisi)]*. Budapest: Egyetemi Nyomda
- Sebestyén, Gy. (1890). *A magyar nemzet története. A középiskolák alsó osztálya számára [Macar milletinin tarihi. Liselerin alt sınıfları için]*. Budapest: Franklin Kiadó
- Sebestyén, Gy. (1901). *A magyar nemzet története. A mohácsi véstől napjainkig. A gymnasium és reáliskola IV. osztálya számára [Macar milletinin tarihi. Mohaç felaketinden günümüze. Liselerin ve fen okullarının IV. sınıfı için]*. Budapest: Franklin Kiadó
- Szabó, D. (1926). *Magyarország története. Gimnáziumok, reálgimnáziumok és reáliskolák III. osztálya számára. A VKM. 80,000/1924. sz. rendeletével kiadott középiskolai új tanterv szerint [Macaristan Tarihi. Hümanist Liselerin, Fen Liselerinin ve Fen Okullarının III. Sınıfı İçin. VKM'nin 80,000/1924 No'lu Kararnamesi İle Yayınlanmış Yeni Lise Öğretim Planına Uygun Olarak]*. Budapest: Franklin Társulat
- Szádeczky, L. (1912). *Magyarország története második rész. A mohácsi véstől a legújabb időig. A legújabb tanítási terv szerint a középiskolák IV. osztálya számára [Macaristan Tarihi İkinci Bölüm. Mohaç Felaketi'nden En Yakın Zamana Kadar. En Yeni Öğretim Planına Uygun Olarak Liselerin IV. Sınıfı İçin]*. 2. Göz. geç. bs. Budapest: Lampel R. Kk. (Wodianer F. és Fiai)
- Szegedi, T. (1941). *Magyarország története a szatmári békéig. A gimnázium és leánygimnázium 7. osztálya számára [Szatmár Barış Antlaşması'na kadar Macaristan tarihi. Liselerin ve kız liselerinin 7. sınıfı için]*. Budapest: Szent István Társulat
- Szigethy, L. (1901). *Magyarok története második rész. A mohácsi veszedelemtől a legújabb időig. A Magyar Birodalom általános ismertetése tekintettel a közös ügyekre és Ausztriára. Középiskolák IV. osztálya számára [Macarların Tarihi İkinci Bölüm. Mohaç Felaketi'nden En Yakın Zamana Kadar. Ortak Alanlar ve Avusturya'ya Odaklı Olarak Macar İmparatorluğu'nun Genel Tanıtımı. Liselerin IV. Sınıfı İçin]*. Budapest: Singer és Wolfner Kiadása
- Ujházy, L. (1901). *A magyar nemzet történelme. A középiskolák alsó osztályai számára. II. rész. A negyedik osztály számára [Macar Milletinin Tarihi. Liselerin Alt Sınıfları İçin. II. Bölüm. Dördüncü Sınıf İçin]*. Budapest: Szent István Társulat

- Unger, M. (1957). *Történelem. Egyetemes történelem 1640–1849. Magyarország története 1526–1849. Az általános gimnáziumok III. osztálya számára [Tarih. Dünya tarihi 1640–1849. Macaristan tarihi 1526–1849. Genel liselerin III. sınıfı için]*. Budapest: Tankönyvkiadó
- Várady, E. (1933). *A magyar nemzet története a szatmári békéig. A leánygimnáziumok, leánylíceumok és leánykollégiumok 7. osztálya számára [Kız Liselerinin, Kız Fen Okulunun ve Kız Kolejlerinin 7. Sınıfı İçin]* (I. Ember'ın eseri temel alınarak yazıldı). Budapest: Athenaeum Kiadó
- Varga, O. (1886). *A magyarok története. Középiskolák alsó osztálya számára [Macarların tarihi. Liselerin alt sınıfları için]*. Budapest: Franklin Kiadó
- Varga, O. (1901). *A magyarok története II. rész. A mohácsi véstől 1867-ig [Macarların tarihi II. bölüm. Mohaç felaketinden 1867'ye kadar]*. Göz. geç. 6. bs. Budapest: Franklin Kiadó
- Varga, Z. (1941). *Magyarország története I. (a szatmári békéig). Gimnáziumok és leánygimnáziumok 7. osztálya számára [Macaristan tarihi I. (Szatmár Barış Antlaşması'na kadar). Liseler ve kız liselerinin 7. sınıfı için]*. Debrecen: Városi Nyomda
- Walter, M. (1988). *Történelem. A gimnázium II. osztálya számára [Tarih. Liselerin II. sınıfı için]* 2. Bs. Budapest: Tankönyvkiadó

İkincil Kaynaklar

- Albert B., G. (2004). Tudatformálás vagy tudattorzítás? [Bilincin Şekillendirmesi Mi, Bilincin Çarpıtması Mı?]. É. Sallai (Ed.). *Kölcsey Füzetek IX*. Budapest: Kölcsey Intézet
- Albert B., G. (2006). *Súlypontok és hangsúlyeltolódások – Középiskolai történelem tankönyvek a Horthy-korszakban [Ağırlık Merkezleri ve Vurgu Kaymaları – Horthy Dönemindeki Lise Tarih Ders Kitapları]*. Pápa: Pannon Egyetem
- Albert B., G. (2013). Állami (és községi) fiú-középiskolák történelemtankönyv-használat a klebelsbergi korszakban [Devlet (ve Belde) Liselerinin Tarih Ders Kitabı Kullanımı Klebelsberg Döneminde]. *Educatio*, 22(4), 567–596.
- Albert B., G. (2017). Történelemtankönyvek a budapesti fiú-középiskolákban Klebelsberg Kuno minisztersége idején [Kuno Klebelsberg'ın Bakanlığı Zamanında Budapeşte'deki Erkek Liselerindeki Tarih Ders Kitapları]. *Magyar Pedagógia*, 117(3), 275–293.
- Bakó, Zs. (1982). *Székely Bertalan (1835–1910) [Bertalan Székely (1835–1910)]*. Budapest: Képzőművészeti Kiadó, 1982.
- Beller, M. (2014). Észlelés, kép, imagológia [Algı, İmge, İmgebilim]. *Imagológia. A nemzeti karakterek kulturális konstrukciói és irodalmi reprezentációi [İmgebilim. Millî Karakterlerin Kültürel İnşası ve Edebî Temsilleri]*. Manfred Beller, Joep Leerssen (Ed.), Zsuzsanna Ajtony (Çev.). Kolozsvár: Scientia Kiadó, 19–35.
- Bertényi, I. (2013). Enthusiasm For a Hereditary Enemy: Some Aspects of the Roots of Hungarian Turcophile Sentiments. *Hungarian Studies*, 27(2): 209–218.
- Császtvay, T. ve Fodor, P. (2015). “Geyza Gardonyi ve eseri”. *Eğri Yıldızları*. 2. Bs. İstanbul: Birleşik Yayınları: 11–17.
- Dárdai, Á. (2002). *A tankönyvkiadás alapjai [Ders Kitabı Araştırmasının Temelleri]*. Budapest–Pécs: Dialóg Campus Kiadó



- Fischerné Dárdai, Á. (2009). Ikonológiai és ikonográfiai szempontok a tankönyvi képek megítéléséhez [Ders Kitaplarındaki Resimlerin Değerlendirilmesi İçin İkonolojik ve İkonografik Yöntemler]. *Ünnepi tanulmányok Móró Mária Anna tiszteletére*. Szabina Kokovai, Éva Pohánka (Ed.). Pécs: Pécsi Egyetemi Könyvtár: 95–107.
- Gárdonyi, G. (2015). *Eğri Yıldızları*. Erdal Şalikoğlu (Çev.). 2. Bs. İstanbul: Birleşik Yayınevi
- Illik, P. (2018). Tanulj tinó, avagy a mohácsi csata a hazai tankönyvekben [Oku(,) Baban Gibi Veya Macar Ders Kitaplarında Mohaç Meydan Muharebesi]. R. Botlik, P. Illik (Ed.). *A mohácsi csata (1526) másképpen – A nagy temető? [Farklı Bir Açıdan Mohaç Meydan Muharebesi (1526) – Büyük Mezar Mı?] içinde* (s. 229–243). Budapest: Unicus Műhely
- Karlovitz, J. (2001). *Tankönyv – elmélet és gyakorlat [Ders Kitabı – Kuram ve Uygulama]*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó
- “Kolozsvári Tamás”, *Képzőművészet Magyarországon [Macaristan’da Güzel Sanatlar]*. Erişim adresi: <https://www.hung-art.hu/frames.html?magyar/k/kolozsva/muvek/gabona.html>
- Leerssen, J. (2014). Kép [İmge]. *Imagológia. A nemzeti karakterek kulturális konstrukciói és irodalmi reprezentációi [İmgebilim. Millî Karakterlerin Kültürel İnşası ve Edebî Temsilleri]*. Manfred Beller, Joep Leerssen (Ed.). Zsuzsanna Ajtony (Çev.). Kolozsvár: Scientia Kiadó: 225–228.
- Molnár-Kovács, Zs. (2015). *A dualizmus kori magyar középiskolai történelemtankönyvek Európa-képe kortörténeti, iskolatörténeti, tankönyvtörténeti kontextusban [Çağ Tarihi, Okul Tarihi, Ders Kitabı Tarihi Bağlamında İkili Monarşi Dönemindeki Macar Lise Tarih Ders Kitaplarının Avrupa İmgesi]* (Yayımlanmamış doktora tezi). Pécsi Tudományegyetem, Eğitim Bilimi Doktora Okulu
- Molnár-Kovács, Zs. (2017). *A tankönyvkutatások dualizmus kori forrásai. Tanulmányok és forrásgyűjtemény [Ders Kitabı Araştırmalarının İkili Monarşi Dönemindeki Kaynakları. İncelemeler ve Derleme Kaynaklar]*. Pécs: Capillatus Kiadó
- Molnár-Kovács, Zs. (2019). *A magyar tankönyvkutatások forrásdimenziói (1867–1918) [Macar Ders Kitabı Araştırmalarının Kaynakları (1867–1918)]*. Pécs: Institutio Könyvkiadó
- Ong, W. J. (2012). *Orality and Literacy – 30th Anniversary Edition*. London, New York: Routledge
- Papp, J. (2020). A mohácsi csata. Székely Bertalan festménye [Mohaç Meydan Muharebesi. Bertalan Székely’in Tablosu]. *Rubicon*, 31(342): 16–17.
- Papp, J. (2020). A mohácsi csata. Török miniatúra [Mohaç Meydan Muharebesi. Türk Minyatürü]. *Rubicon*, 31(342): 12–13.
- Ulağlı, S. (2006). *İmgebilim. “Öteki”nin Bilimine Giriş*. Ankara: Sinemis
- Unger, M. (1979). *A történelmi tudat alakulása középiskolai történelemtankönyveinkben a századfordulótól a felszabadulásig [Lise Tarih Ders Kitaplarımızda Tarihî Bilincin Şekillenmesi Yüzyıl Dönümünden Kurtuluşa Kadar]* (2. bs.). Budapest: Tankönyvkiadó
- Vadas, J. (2003). *A magyar festészet remekei [Macar Resim Sanatının Başyapıtları]*. Budapest: Corvina Kiadó, 2003.

Geliş Tarihi:
25.05.2022
Kabul Tarihi:
04.12.2022
Yayımlanma Tarihi:
31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Erbek, D., & Çoğaltay, N. (2022). Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişki. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1257-1283. doi: 10.46928/iticusbe.1121285



ÖĞRETMENLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGILARI VE KADIN YÖNETİCİLERE KARŞI TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ*

Araştırma

Dilan Erbek  

Siirt MEB

dilanerbek32@gmail.com

Nazım Çoğaltay  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Siirt Üniversitesi

yuscogaltay@gmail.com

Dilan Erbek..Eğitim Yönetimi alanında yüksek lisans derecesine sahiptir. Kadın yöneticiler, liderlik ve cinsiyetçilik alanlarında araştırmalar yürütmektedir.

Nazım Çoğaltay. Eğitim Yönetimi alanında doçent derecesine sahiptir. Eğitim yönetimi alanında lisans ve lisansüstü düzeyde dersler vermektedir, Okul liderliği, kolektif öğretmen yeterliliği ve meta analiz alanlarında araştırmalar yürütmektedir.

* Bu çalışma, Doç.Dr. Nazım ÇOĞALTAY danışmanlığında Dilan ERBEK'in yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

ÖĞRETMENLERİN TOPLUMSAL CİNSİYET ALGILARI VE KADIN YÖNETİCİLERE KARŞI TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dilan ERBEK
dilanerbek32@gmail.com
Nazım ÇOĞALTAY
yntagaltay@gmail.com

Özet

Amaç: Bu araştırmanın temel amacı, öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ile kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişkiyi tespit etmektir.

Yöntem: Araştırma nicel araştırma yaklaşımına uygun olarak ilişkisel desende yapılandırılmıştır. Araştırmanın evrenini 2020-2021 eğitim öğretim yılında Siirt ili merkez ve ilçelerinde bulunan ve Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı kamu okullarında görev yapan kadın yöneticilerin bulunduğu okullardaki 965 öğretmen oluşturmaktadır. Evrenden küme örnekleme yoluyla seçilen 445 öğretmen çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmada Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği ve Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği kullanılmıştır.

Bulgular: Araştırmada, öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algılarında cinsiyet, yaş ve medeni durum değişkenlerine göre anlamlı farklılık bulunmuşken kadın yöneticilere karşı tutumlarında ise cinsiyet ve yaş değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çelişik duygulu cinsiyetçilik alt boyutlarından düşmanca cinsiyetçilik puanı ile öğretmenlerin kadın yöneticilere yönelik tutumları arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma puanı ile öğretmenlerin kadın yöneticilere yönelik tutumları arasında ise pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik algıları kadın yöneticilere karşı tutumlarını yordamaktadır. Çelişik duygulu cinsiyetçilik alt boyutlarının kadın yöneticilere yönelik tutumlarının %21'ini açıklayabildiği saptanmıştır.

Özgünlük: Kadın istihdamının en fazla olduğu kurumlar olan okullarda kadın yöneticilerin erkek yöneticilere görece az sayıda olması araştırılması gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sayıca erkek yöneticilerin çok gerisinde kalan kadın yöneticilere karşı birlikte çalıştıkları meslektaşlarının zihin dünyalarındaki toplumsal cinsiyet algıları ve tutumları arasındaki ilişkinin araştırılması yönetim literatürünü zenginleştirecektir. Bu açıdan literatür incelendiğinde, öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalara rastlanmayışı, bu araştırmanın literatürdeki önemli bir boşluğu doldurabileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Kadın Yönetici, Cinsiyet Algısı

JEL Sınıflandırılması: I240

THE RELATIONSHIP BETWEEN TEACHERS' SOCIAL GENDER PERCEPTIONS AND THEIR ATTITUDES TO FEMALE ADMINISTRATORS

Abstract

Purpose: The main purpose of this study is to determine the relationship between teachers' gender perceptions and attitudes toward female principals.

Method: The research was structured in relational design in accordance with the quantitative research approach. The universe of the study consists of 965 teachers in schools where female managers work in primary, secondary, and high schools affiliated to the Ministry of National Education in the center and districts of Siirt province in the academic year 2020-2021. 445 teachers selected from the universe through the cluster sampling method. The Ambivalent Sexism Inventory and Attitudes Towards Women as Managers Scale (ATWOM) were used in the study.

Findings: According to the findings of the study, there was a significant difference in gender perceptions of teachers according to gender, age, and marital status. At the same time, teachers' attitudes towards female administrators differed significantly according to gender and age. The ambivalent sexism perceptions of teachers predict their attitudes towards female administrators. It has been determined that sub-dimensions of ambivalent sexism can explain 21% of their attitudes toward female administrators.

Originality: The fact that female administrators are relatively few in number compared to male administrators in schools, which are the institutions with the highest female employment, is a phenomenon that needs to be investigated. The investigation of the relationship between gender perceptions and attitudes of their colleagues in the mental worlds of their colleagues against the female managers, who are far behind the male managers in number, will enrich the management literature. In this respect, when the literature is examined, the absence of studies examining the relationship between teachers' gender perceptions and their attitudes towards female administrators shows that this study can fill an important gap in the literature.

Key Words: Gender, Female Principal, Gender Perception

JEL Classification: I240

GİRİŞ

İnsan zihni etrafında gördüğü şeyleri belli kalıplara koymaya, kategorize etmeye meyillidir. Bu kategorizasyon genelden özele doğru gider. Gözle görülen ve kabul edilebilir bir fark olan cinsiyet, aynı zamanda sosyal yaşamın gruplandırılmasına ilişkin temel sosyal kategorilerden biridir (Çıtak, 2008). Cinsiyet, kişilerin kadın ve erkek cinsinde sergiledikleri genetik, fizyolojik ve biyolojik özellikler iken, toplumsal cinsiyet ise kadınlarla erkeklerin toplum tarafından belirlenen rol ve sorumluluklarıdır (Yılmaz, 2016: 31). Doğuştan getirilen cinsiyet türüne biyolojik cinsiyet denilirken, toplum tarafından şekillenen türe ise toplumsal cinsiyet denmektedir. Toplumsal cinsiyet, kültürden kültüre değişkenlik gösterir ve toplumsal düzlemde kurgulanmış olup sosyal, ekonomik, siyasi faaliyetleri kapsar (Durgun ve Gök, 2017). Toplumsal cinsiyet, bir bakıma insanların sergiledikleri cinsiyet rolleridir. Bu cinsiyet rolleri kadın ve erkeği tanımladığı gibi onların birbiriyle ilişkilerini, görev ve sorumluluklarını da belirler. Toplumların kadın ve erkekte bekledikleri belirli davranış kalıpları vardır ve bu sayede kişilerin tutum ve davranışları bu beklentilere göre biçimlenir. Bu algıya göre bazı kişilik özellikleri, toplumsal görevler ve işlerin kadınlara, bazılarının ise erkeklere uygun oldukları söylenir. Toplumsal cinsiyet adı verilen bu sınıflamada genel olarak kadından beklenen şefkatli, yapıcı, erkeğe göre pozitif olması ve görevleri de iyi bir eş ve anne olmasıdır (Yılmaz, 2016). Fiziksel olarak güçsüz kabul görülen kadın duygusal olduğundan mantıklı kararlar alacak konumda değildir, onu ve toplumu yönetme görevini – tüm insanlığın bekası için- erkek üstlenmektedir. Böylece toplumda genel olarak cinsiyetçi tutum ve davranışlar gelişir ve bu topluma yayılır.

Kalıp yargılar, bir gruba karşı diğer insanları sahip olduğu bilgi ve düşünce yapılarıdır (Çelik, 2008: 27). Cinsiyet kalıp yargıları ise toplumun kadın ve erkekte beklediği davranışlar ve yaşantılar bütününe ilişkindir. Toplumların kadın ve erkekte bekledikleri belirli davranış kalıpları vardır ve bu sayede kişilerin tutum ve davranışları bu beklentilere göre biçimlenir. Henüz bebeklikten itibaren ailede cinsiyet rolleri ve beklentiler başlar. Aile cinsiyet rollerinin kurgulandığı ve çocukların buna göre şekillendirildiği en önemli kurumdur. Örneğin ailelerin kız bebekler için renk tercihi pembe olurken erkek bebekler için mavidir. Kızlara uysallığı çağrıştıran kedi, bebek gibi oyuncaklar seçilirken, erkek çocuklara atak, güçlü, önderlik yönlerini pekiştirme amaçlı oyuncaklar alınır (Çelik, 2008). Kişinin beklentilere uygun kişilik özellikleri sergilemesi ve buna göre tercihler yapması beklenir. Örneğin kadınlardan beklenen daha çok ailesi ve eviyle ilgilenmesi, ilgili bir eş ve anne olması, duygusal, sessiz, aşırı tepki göstermekten kaçınan, kırılgan, ev bireylerine karşı sorumlu, verici ve fedakâr olmasıyken, erkek bireylerden beklenen evi geçindirmesi, ailesinin ihtiyaçlarını karşılıyor olabilmesi, dışa dönük, güçlü ve cesur olmasıdır (Yılmaz, 2016). Bu açıdan değerlendirildiğinde erkek onu koruyup kollamalı, ihtiyaçlarını karşılayacak maddi desteği sağlamalıdır. Kadından da erkeğin aldığı kararlara uyması toplumun onun için biçtiği role uygun davranması beklenir. Toplum kadınlara erkeklere yardımcı ve buldukları konumdan memnun insanlar olmalarını, otoriteyi sorgulamamalarını, hayır dememelerini ve diğer insanları mutlu etmeleri gerektiğini öğretir (Kahraman, 2010).

Kadın ve erkeklere yüklenen toplumsal yükler onların meslek seçimlerini de etkilemektedir. Cinsiyete dayalı iş bölümü, tarihsel ve toplumsal olarak değişmekle birlikte toplumsal cinsiyet yargularından etkilenmektedir. Ayırıcı özellikleri, erkeklerin üretim alanında, kadınların da yeniden üretim alanında yer almaları ve aynı zamanda erkeklerin, daha yüksek bir toplumsal değer olan işlevlere (siyasal, dinsel, askeri işlevler vb.) el koymalarıdır (Hirata, Laborie ve Senotier, 2015). Kadınlar anne olduklarından ve kişilik özellikleri olarak daha duyarlı, şefkatli ve iletişim becerisi erkeklere göre daha yüksek algılandıklarından daha çok öğretmenlik, bakıcılık, hemşirelik, sekreterlik gibi mesleklere yönelmişlerdir. Erkeklerin daha cesur ve dışadönük olmaları beklendiğinden onlarla ilişkilendirilen meslekler ise mühendis, asker, herhangi bir kurumda yöneticidir. Buradan hareketle eğitim kurumlarını düşündüğümüzde kadını öğretmenlikle ilişkilendirirken, müdür deyince akla gelen kişi genelde erkektir. Kadın için öğretmenlik anneliğin bir benzeridir.

Ayrımcılık, insanların sahip oldukları çeşitli kimliklere karşı –cinsiyet, ırk, din vb.- uygulanan haksız muamelelere denir (Demirbilek, 2007: 14). Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılıkta kadınların cinsiyetlerinden ötürü uğradıkları ayrımcılık akla ilk gelendir (Bora, 2011). Erkek egemen toplumda kadınların maruz kaldıkları ayrımcılık, onları ekonomik, sosyal, kültürel birçok konuda erkekten aşağı konumda konumlandırır. Kadına yönelik ayrımcılığın diğer adıyla cinsiyetçiliğin iki boyutu vardır; kadını yaratılıştan zayıf kabul ederek koruyup kollamaya dayalı korumacı cinsiyetçilik, kadını aşağı gören düşman cinsiyetçiliktir (Sakallı, 2002). Cinsiyet ayrımcılığı bazen doğrudan değil de örtülü bir biçimde kendini gösterebilir. İş kollarının kadınlara doğum izninin az verilmesi bu duruma örnek olarak verilebilir. Kadınlar iş yaşamlarında kariyer yapmak istediklerinde birçok sorunla karşılaşır. Görünürde kadının terfi almasını engelleyen hiçbir engel bulunmamasına rağmen, birçok kadın kariyer basamaklarını erkekler kadar hızlı çıkamaz. *Cam tavan etkisi* olarak adlandırılan bu durum iş yerlerinde yükselmek isteyen kadınların önüne ciddi bir problem olarak çıkmaktadır (Çelik, 2008).

Yönetim, iki ya da daha çok kimsenin, belli bir amaç etrafında işbirliği içinde çaba göstermesi ve faaliyetlerini, etkinliklerini düzenlemesi olarak tanımlanabilir (Yalçın, 2019). Yönetimde plan yapma, örgüt oluşturma, hedef belirleme, denetim gibi aşamalar vardır ve bu aşamaların bir bütün olarak eksiksiz ilerlemesi gerekmektedir (Bursalıoğlu, 1994; Aktaran: Yalçın, 2019). Yönetici ise genel olarak karar veren kişidir. Yönetici, bir topluluğun sahip olduğu kaynakları o topluluğun amacına uygun yönde kullanılmasını sağlayan ve bunu denetleyen kişidir (Balcı, 2016). Yöneticilik erkeğin sert, dışa dönük, kararlı yapılarına uygun bir meslek olarak görülmektedir. Fakat yakın zaman çalışmalarında yöneticilik kavramı sorgulanmaya başlanmış ve kadınların, kendilerine özgü özelliklerini dikkate alacak şekilde değişime uğramıştır. Kadınlar; duygusal zekaya sahip olmaları, detaycı yaklaşımları, planlı çalışmalarına ek olarak eğitim düzeyleri ve bilgi birikimleri sayesinde iş hayatında önem kazanmaya başlamışlardır. Yani özetle, günümüzde önceden önemsenen cinsiyet, ırk, dil, din gibi farklılıklar önemini kaybetmiş, bunun yerini kişinin sahip olduğu beceriler almıştır (Uçan, 2012).

Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını (%49,7) oluşturmasına rağmen kadınların ekonomik yaşama katılım oranları yüksek değildir. Kadınların toplum içerisinde yer alsalar da çalışma hayatına katılımları ne yazık ki çok eski değildir. Kadınların 'ücret' olarak 'işçi' statüsünde çalışmaları Sanayi Devrimi zamanlarında başlamıştır (Sefer, 2006). 1970 ve 80'li yıllarda kadınlar yönetim kademelerinde görev almaya başlamışlardır. Eğitim seviyesinin yükselmesi ile bu sayı artmakla birlikte, hala dünyada ve Türkiye'de orta ve üst kademelerde kadın yöneticilerin görünürlüğü yeterli düzeyde değildir (Mercanlıoğlu, 2009).

Kadınlar gerek toplumda gerek iş hayatında erkeklerle aynı emeği harcamalarına rağmen, onların hayata katkıları hep ikinci planda kalmıştır. Ataerkil bir toplumda, kadınların yükselmelerinin ve belli bir konuma gelmelerinin önemi büyüktür. Bunun sebebi kadınların belli bir mevkiye gelmek için birçok şey feda etmek zorunda olmalarıdır. Düşük statülü işlerde çalışmaları toplumlar tarafından doğal karşılanırken, daha yüksek statülü işlerde çalışmaları ve buralarda yükselmeleri zor olmuştur (Asar, 2014). Erkekler ve kadınların sahip olduğu üst düzey pozisyonlara bakıldığında kadınlar sadece %6 oranında yöneticilik yapabilmişlerdir (Terzioğlu ve Taşkın, 2008).

Kadınlar iş hayatında hem sayıca az olmaktadır hem de çeşitli zorluklar yaşamaktadırlar. İstihdamda cinsiyete karşı önyargı bu zorluklardan bir tanesidir. Bu önyargılar, kadın yöneticilerin iş hayatındaki performansıyla ilgili olumsuz değerlendirmelere neden olmaktadır. Cinsiyetle ilgili basmakalıp düşünceler çalışma yaşamında kadınların önüne engel olarak çıkar. Bu engellerden ilki yöneticilik gibi işlerin erkeklere tahsis edilmiş olmasıdır. Bir diğeri ise işlerin 'erkek işi' olarak etiketlenip bu mevkilerde çalışmayı düşünen kadınların cesaretlerinin kırılmasıdır. Kadınlar eğitim olanaklarından da erkeklere oranla daha az yararlanmakta, yasalardaki eksikler ve yanlışlar da aradaki eşitsizlik uçurumunu daha da açmaktadır. Kadınlar bunları aşım yükselseler dahi ücretlerinin, başarılarının veya potansiyellerinin değerlendirilmesinde önyargılarla karşılaşmaktadırlar (Asar, 2014).

Kadınların en çok istihdam edildiği mesleklerin başında öğretmenlik gelmektedir. Türkiye'de de kadın istihdamının fazla olduğu mesleklerden biri öğretmenliktir (MEB, 2022). Kadın öğretmenlerin sayıca fazlalığı okul yöneticiliğine yansımamaktadır. Yönetim işi diğer pek çok kurumda olduğu gibi eğitim sektöründe de erkek işi olarak görülmekte, kadınlar tarafından pek tercih edilmemektedir. Okullarda kadın yönetici sayısının az olmasının nedenleri cinsiyet kalıp yargıları ve toplumsal dirençtir (Çelikten, 2004). Oysa yöneticilik, kişilerin cinsiyetlerinden bağımsız bir kariyer olmakla birlikte her iki cinsin de bakış açısı ve katkısı ile zenginleşmektedir (Acuner ve Sallan, 1993).

Usluer (2000), Gökalp (2008), Gündüz (2010) ve Tüzel (2014)'ün çalışmaları yönetimde yer alan kadınların yeterlilikleri ve karşılaştıkları engeller üzerinedir. Alanyazın incelendiğinde araştırmaların genelde kadın yöneticilerin yeterliliklerine, onlara karşı tutum ve yaşadıkları engellere odaklandığı görülebilmektedir. Buna rağmen öğretmenlerin cinsiyet algısını ve bunun kadın yöneticilere karşı tutumları ile ilişkisini ölçen çok az sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Yukarıdaki açıklamalardan

hareketle, bu araştırmanın temel problemi öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ile kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişkinin yönünü ve düzeyini tespit etmektir. Bu genel amaca ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

1. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ne düzeydedir?
2. Öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutumları ne düzeydedir?
3. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçiliğe ilişkin algıları ile kadın yöneticilere ilişkin tutumları;
 - a) cinsiyet,
 - b) yaş,
 - c) medeni durum değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
5. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları kadın yöneticilere yönelik tutumlarını yordamakta mıdır?

YÖNTEM

Siirt Üniversitesi Etik Kurul'u tarafından değerlendirilen bu çalışma, 2020/10-70 sayılı oturum sonucunda uygun bulunmuştur.

Araştırmanın Deseni

Eğitim kurumlarındaki yönetici ve öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçilik ve kadın yöneticilere yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışma, nicel araştırma yaklaşımlarından ilişkisel tarama modelinde yapılandırılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir. İlişkisel araştırmalarda sadece değişkenlerin birlikte değişimleri incelenir (Karasar, 2003: 81).

Evren- Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini, 2020-2021 Siirt ili merkez ve ilçelerinde bulunan devlet Okullarında görev yapan kadın yöneticilerin bulunduğu okulların öğretmenleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda Siirt ili merkezinde, yönetim kadrosunda kadın yönetici olan 17 okul ve ilçelerinde ise 24 okulda toplam 965 öğretmen görev yapmaktadır. Araştırmanın örneklem grubu ise evren içerisinden küme örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Küme örnekleme yapılırken ilkokul, ortaokul ve liselerde görev yapan ve idaresinde kadın yönetici bulunan okullarda çalışan öğretmenler belirlenmiştir. Doğal olarak kümelenen okullar tesadüfi olarak seçilmiş ve ilgili okullardaki öğretmenlere veri toplama aracı uygulanmıştır. Sonuç olarak 445 kişilik öğretmen grubu araştırmanın örneklem kümesini oluşturmuştur. Tablo 1'de araştırmaya katılan öğretmenlerin kişisel değişkenlerinin (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki kıdem, görev yapılan okul türü, branş, medeni durum, eşin çalışıp çalışmama durumu) dağılımları gösterilmiştir.

Tablo 1. Okul Yöneticilerinin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Seçenekler	1	2	3	4	Toplam
Cinsiyet	Erkek	Kadın			
	<i>n</i> 175	270			445
	% 39,3	60,7			100
Yaş	21-30	31-40	41 ve üstü		
	<i>n</i> 284	124	37		445
	% 63,8	27,9	8,3		100
Medeni Durumu	Evli	Bekâr			
	<i>n</i> 200	245			445
	% 44,9	55,1			100

Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyetlerine göre dağılımlarına bakıldığında erkek öğretmenlerin $n=175$ (%39,3) ve kadın öğretmenlerin $n=270$ (%60,7) kişi oldukları görülmektedir. Örneklem grubunda kadın öğretmenlerin sayısı erkek öğretmenlerden fazladır. Öğretmenlerin yaş değişkenine göre dağılımları incelendiğinde 21-30 yaş arasında $n=284$ (%63,8); 31-40 yaş arasında $n=124$ (%27,9) ve 41 ve üstü yaş arasında $n=37$ (%8,3) öğretmenin olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin medeni durum değişkenine göre dağılımları incelendiğinde 200'ünün (%44,9) evli; 245'inin (%55,1) bekâr okul yöneticilerinden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılan erkek öğretmenlerin eşlerinin çalışma durumu değişkenine göre dağılımları incelendiğinde 50 erkek öğretmenin (%50,2) eşinin çalıştığı; 48 erkek öğretmenin ise (%49,8) eşlerinin çalışmadığı görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Siirt'te devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişkinin yönü ve düzeyini ölçmek için üç bölümden oluşan geçerliliği ve güvenilirliği daha önce ortaya konmuş iki farklı ölçme aracı kullanılarak elde edilmiştir. İlgili ölçeklere ilişkin detaylı bilgi aşağıda verilmiştir.

Kişisel Bilgi Formu

Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişki ile ilgili bilgi toplamak için araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Bu formda cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki kıdem, görev yapılan okul türü, branş, medeni durum ve eşin çalışma durumu ile ilgili sorular yer almaktadır.

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği

Glick ve Fiske tarafından Amerika’da geliştirilen ve Sakallı- Uğurlu tarafından Türkçeye uyarlanan Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği (ÇDCÖ) iki alt boyuta sahiptir. Ölçeğin isminde de olduğu gibi kadınlara karşı çelişik duygulardan olan düşmanca ve korumacı cinsiyetçilik bu ölçeğin iki ana alt boyutudur. Korumacı cinsiyetçiliğin koruyucu ataerkillik, cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma ve heteroseksüel yakınlık alt faktörleri vardır. 22 maddelik bu ölçeğin 11 maddesi düşmanca cinsiyetçiliği, diğer 11 maddesi ise korumacı cinsiyetçiliği ölçmektedir.

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği’nin (ÇDCO) düşmana cinsiyetçilik kısmı, kadınların erkekleri kontrol etme isteği ve önyargı, yanlış ve esnek olmayan genellemelere dayalı maddeler içerirken; korumacı cinsiyetçilik kısmı kadınların erkeklerden daha saf oldukları ve bundan dolayı korunmaya muhtaç oldukları, sevilip, yüceltilmeleri gerektiğini öneren maddeler içermektedir (Sakallı, 2002: 49). Korumacı cinsiyetçilik olumlu tutumlar içeriyor gibi görünse de kadının erkeğe oranla daha düşük seviyede olduğunu benimseyen bir kabul içermektedir. ÇDCÖ, 6 derecelik Likert tipindedir. Bu ölçekte 1 ‘kesinlikle katılmıyorum’, 6 ise ‘kesinlikle katılıyorum’ anlamındadır. Ölçekte ters kodlanması gereken hiçbir madde yoktur. Ölçeğin geçerlik ve güvenilirliği, 517’si erkek ve 506’sı kadın olan 1023 Orta Doğu Teknik Üniversitesi öğrencisinin katıldığı bir araştırmayla test edilmiştir. ÇDCÖ’nin iç tutarlık güvenilirlik Cronbach Alfa katsayısı .85 değerinde bulunmuştur. Düşmanca Cinsiyetçilik için Cronbach alfa katsayıları .87 değerindeyken, korumacı cinsiyetçilik için Cronbach alfa katsayıları .78’dir. Test tekrar test güvenilirliği .87 değerindedir (Sakallı, 2002). Düşmanca ve korumacı cinsiyetçilik için alınabilecek en düşük toplam puan 11, en yüksek toplam puan 66’dır. Ölçekte elde edilen yüksek puanlar cinsiyetçiliğin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Yılmaz, 2016, s. 92). Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği’nin 2, 4, 5, 7, 10, 11, 14, 15, 16, 18, 21 maddeleri ‘düşmanca cinsiyetçilik’ alt boyutunu, diğer maddeler ise ‘korumacı cinsiyetçilik’ alt boyutunu oluşturmaktadır. Korumacı cinsiyetçiliğin de 3 alt boyutu vardır. 1, 6, 12, 13 maddeleri ‘heteroseksüel yakınlık’ alt boyutunu, 3, 9, 17, 20 maddeleri ‘koruyucu ataerkillik’ alt boyutunu ve 8, 19 ve 22 maddeleri ise ‘cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma’ alt boyutunu oluşturmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelere katılım düzeyleri ile ilgili ortalamaların yorumlanmasında; 5.20-6.00 *Çok yüksek*, 4.36-5.19 *Yüksek*, 3.52-3.35 *Biraz Yüksek*, 2.68-3.51 *Düşük*, 1.84-2.67 *Biraz Düşük*, 1.00-1.83 *Çok Düşük* puan aralıkları kullanılmıştır.

Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği

Eğitim kurumlarında kadın yöneticilere yönelik tutumların belirlenmesi amacıyla Berkman (2005) tarafından ‘Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği’ (Attitudes Towards Women Managers) geliştirilmiştir. Bu ölçeğin Profesyonel Çalışma Davranışları, İnsanlar Arası İlişkiler ve Çalışma Ahlakı olmak üzere üç alt faktörü vardır.

Kadınlara Karşı Tutum Ölçeği’nin (ATWOM) 14’ü olumsuz, 13’ü olumlu olmak üzere 27 maddesi vardır. Ölçeğin alt boyutlarından olan Profesyonel Çalışma Davranışları 14 madde, İnsanlar Arası

İlişkiler 9 madde ve Çalışma Ahlakı 4 maddede ele alınmıştır. Bu ölçek 7’li Likert tipindedir. Ölçekte 1 ‘kesinlikle katılmıyorum’ ve 7 ‘kesinlikle katılıyorum’ anlamına gelmektedir. 2 aşamada geliştirilen ölçeğin ilk aşamasında geçerlik, madde seçimi ve faktör analizi yapılmıştır. İkinci aşamada ise yeniden bir uygulama ile ölçek son halini almıştır. Ölçeğin geliştirilmesi sırasında ilk aşamada ölçeğin iç tutarlık katsayısı 91 iken ikinci aşamada 90 bulunmuştur. Ölçekte alınan yüksek puanlar kadın yöneticilere yönelik tutumların olumlu olduğunu göstermektedir (Balcı, 2016; Berkman, 2005). Ölçeğin 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 20, 21 maddeleri tersine puanlanan maddelerdir. Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği’nin 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 20 ve 21 maddeleri ‘profesyonel çalışma davranışları’ alt boyutunu oluşturmaktadır. 1, 14, 18, 19, 22, 23, 25, 26 ve 27 maddeleri ‘ilişkileri yönetme davranışları’ alt boyutunu ve 2, 3, 5 ve 24 maddeleri ‘iş ahlakı’ alt boyutunu oluşturmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelere katılım düzeyleri ile ilgili ortalamaların yorumlanmasında; 6.16-7.00 Çok Yüksek, 5.30-6.15 Yüksek, 4.44-5.29 Biraz Yüksek, 3.58-4.43 Orta, 2.72-3.57 Düşük, 1.86-1.2.71 Biraz Düşük, 1.00-1.85 Çok Düşük puan aralıkları kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmamızda kullanılan ölçeklerin uygulanabilmesi için Siirt Milli Eğitim Müdürlüğünden izin alınmıştır. Araştırmanın yapıldığı süreçte tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 salgını nedeniyle veriler elektronik ortamda toplanmıştır. Bu nedenle Google Forms üzerinden hazırlanan veri toplama araçları öğretmenlere e-mail yoluyla ulaştırılmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımlarını belirlemek için frekans ve yüzde analizi yapılmıştır. Ayrıca ölçeklere ve alt boyutlarına ilişkin düzeylerin belirlenmesi için ortalama ve standart sapma kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik düzeylerini belirlemek adına Cronbach’s alpha iç tutarlılık analizi ile değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Son olarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini incelemek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Parametrik analizlerin yapılıp yapılmayacağına ilişkin karar bağlamında dağılımın normalliği test edilmiştir. Aşağıda her iki ölçekten elde edilen verilerin dağılımının normalliğine ilişkin analiz sonuçları ile Cronbach’s alpha değerleri paylaşılmıştır.

Tablo 2. Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeğine Ait Normal Dağılım ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları.

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik	Kolmogorov Smirnov			Basıklık	Çarpıklık	\bar{X}	Med	Cronbach Alpha
	İstatistik	sd	P					
Düşmanca Cinsiyetçilik	,060	445	,001	-,615	,249	3,17	3,09	,901
Heteroseksüel Yakınlık	,081	445	,000	-,890	-,192	3,61	3,75	,783
Koruyucu Ataerkillik	,073	445	,000	-,719	-,122	3,44	3,50	,710
Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma	,075	445	,000	-,554	-,032	3,43	3,43	,612
Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik	,061	445	,000	-,205	-,258	3,41	3,47	,905

Araştırma kapsamında elde edilen çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeğine ait verilerin normallik testi sonucuna göre Kolmogorov Smirnov analizi sonucunda verilerin dağılımının normal olmadığı, diğer normallik varsayımları incelendiğinde çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 2 sınırları içerisinde olması, ortalama ve medyanın yakın olması (Tabachnick ve Fidell, 2013) ve örneklem hacminin yeterli sayıda olmasından dolayı verilerin dağılımının normal olduğu varsayımı ile parametrik analizler yapılmıştır. Cronbach's alpha değerleri incelendiğinde çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeğinin genelinde ve alt boyutlarında iç tutarlılık bağlamında güvenilir sonuçlar verdiği anlaşılmıştır.

Tablo 3. Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeğine Ait Normal Dağılım ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kadın Yöneticilere Karşı Tutum	Kolmogorov Smirnov			Basıklık	Çarpıklık	\bar{X}	Med.	Cronbach's Alpha
	İstatistik	sd	P					
Profesyonel Çalışma Davranışları	,061	445	,000	-,668	-,221	4,62	4,64	,939
İlişkileri Yönetme Davranışları	,079	445	,000	,415	-,712	4,68	4,88	,925
İş Ahlakı	,084	445	,000	,550	-,775	4,86	5,00	,828
Kadın Yöneticilere Karşı Tutum	,042	445	,058	,703	-,516	4,72	4,78	,905

Araştırma kapsamında elde edilen kadın yöneticilere karşı tutum ölçeğine ait verilerin normallik testi sonucuna göre Kolmogorov Smirnov analizi sonucunda yalnızca kadın yöneticilere karşı tutum verilerin dağılımının normal olduğu, diğer normallik varsayımları incelendiğinde çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 2 sınırları içerisinde olması, ortalama ve medyanın yakın olması (Tabachnick ve Fidell, 2013) ve örneklem hacminin yeterli sayıda olmasından dolayı verilerin dağılımının normal olduğu varsayımı ile parametrik analizler yapılmıştır. Cronbach's alpha değerleri incelendiğinde kadın yöneticilere karşı tutum ölçeğinin genelinde ve alt boyutlarında iç tutarlılık bağlamında güvenilir sonuçlar verdiği anlaşılmıştır.

BULGULAR

Araştırmaya katılan öğretmenlerin *Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeğine* ait alt ölçek puanlarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur

Tablo 4. Öğretmenlerin Toplumsal Cinsiyet Algılarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Ölçek ve Alt Boyutlar	<i>n</i>	\bar{X}	<i>SS</i>
1-Düşmanca Cinsiyetçilik	445	3,17	1,16
2-Heteroseksüel Yakınlık	445	3,61	1,37
3-Koruyucu Ataerkillik	445	3,44	1,26
4-Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma	445	3,43	1,23

Tablo 4’te görüleceği üzere, öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeğine ilişkin görüşlerini ifade eden puanların aritmetik ortalamaları 3,17 ile 3,61 arasında değişmektedir. Öğretmenler, çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeğinde en yüksek ortalama ile heteroseksüel yakınlık alt boyutunu değerlendirirken, en düşük ortalama ile düşmanca cinsiyetçilik alt boyutunu değerlendirmişlerdir. Öğretmenlerin cinsiyetçilik düzeyleri incelendiğinde, düşmanca cinsiyetçilik düzeylerinin düşük seviyede ($X= 3,17$), heteroseksüel yakınlık düzeylerinin biraz yüksek seviyede ($X= 3,61$), koruyucu ataerkillik düzeylerinin düşük seviyede ($X= 3,44$) ve cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma düzeylerinin düşük seviyede ($X= 3,43$) olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin *Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeğine* ait alt ölçek puanlarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 5. Öğretmenlerin Kadın Yöneticilere Karşı Tutumlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Ölçek ve Alt Boyutlar	<i>n</i>	\bar{X}	<i>SS</i>
1-Profesyonel Çalışma Davranışları	445	4,62	1,36
2-İlişkileri Yönetme Davranışları	445	4,68	1,30
3-İş Ahlakı	445	4,86	1,33
4-Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği (Toplam)	445	4,72	,94

Tablo 5’te görüleceği üzere, öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutum ölçeğine ilişkin görüşlerini ifade eden puanların aritmetik ortalamaları 4,62 ile 4,86 arasında değişmektedir. Öğretmenler, kadın yöneticilere karşı tutum ölçeğinde en yüksek ortalama ile iş ahlakı alt boyutunu değerlendirirken, en düşük ortalama ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutunu değerlendirmişlerdir. Öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutumları incelendiğinde, profesyonel çalışma davranışları düzeylerinin biraz

yüksek seviyede ($X= 4,62$), ilişkileri yönetme davranışları düzeylerinin biraz yüksek seviyede ($X= 4,68$), iş ahlakı düzeylerinin biraz yüksek seviyede ($X= 4,86$) ve kadın yöneticilere karşı tutum düzeylerinin de biraz yüksek seviyede ($X= 4,72$) olduğu belirlenmiştir. Öğretmenlerin cinsiyetçilik algılarının ve kadın yöneticilere karşı tutumlarının cinsiyetlerine göre farklılığını araştırmak için yapılan t testi sonuçları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 6. Öğretmenlerin Cinsiyetlerine Göre Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Algılarına ve Kadın Yöneticilere Yönelik Tutumlarına İlişkin t-testi Sonuçları

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	sd	p	d
Düşmanca Cinsiyetçilik	Erkek	175	3,79	1,10	9,936	443	,000*	,18
	Kadın	270	2,77	1,02				
Heteroseksüel Yakınlık	Erkek	175	4,03	1,30	5,285	443	,000*	,05
	Kadın	270	3,34	1,35				
Koruyucu Ataerkillik	Erkek	175	3,91	1,19	6,550	443	,000*	,08
	Kadın	270	3,14	1,22				
Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma	Erkek	175	3,23	1,25	-2,678	443	,008*	,01
	Kadın	270	3,55	1,21				
Kadın Yöneticilere Karşı Tutum								
Profesyonel Çalışma Davranışları	Erkek	175	4,16	1,36	-5,876	443	,000*	,07
	Kadın	270	4,92	1,29				
İlişkileri Yönetme Davranışları	Erkek	175	4,43	1,23	-3,354	443	,001*	,02
	Kadın	270	4,85	1,33				
İş Ahlakı	Erkek	175	4,62	1,31	-3,148	443	,002*	,02
	Kadın	270	5,02	1,33				
Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği (Toplam)	Erkek	175	4,40	,86	-5,952	443	,000*	,07
	Kadın	270	4,93	,94				

* $p<0,05$

Tablo 6’da görüldüğü üzere, Öğretmenlerin Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeğinin cinsiyet grupları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre, Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği’nin, Düşmanca Cinsiyetçilik, Heteroseksüel Yakınlık, Koruyucu Ataerkillik ve Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma alt boyutları cinsiyete göre farklılaşmaktadır ($p<0,05$). Erkek öğretmenlerin ($\bar{X}=3,79$) düşmanca cinsiyetçilik düzeylerinin kadın öğretmenlere ($\bar{X}=2,77$) göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Eta-kare (η^2) etki büyüklüğü hesaplamasına göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algıları üzerinde yüksek düzeyde ($d= ,18$) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır (bknz, Cohen, 1988). Erkek öğretmenlerin

($\bar{X}=4,03$) heteroseksüel yakınlık düzeylerinin kadın öğretmenlere ($\bar{X}=3,34$) göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Buna göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin heteroseksüel yakınlık algıları düşük düzeyde ($d=,05$) etkilediği anlaşılmaktadır. Koruyucu ataerkillik alt boyutunda erkek öğretmenlerin ($\bar{X}=3,91$) kadın öğretmenlere ($\bar{X}=3,14$) göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Buna göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin koruyucu ataerkillik algılarını orta düzeyde ($d=,08$) etkilediği anlaşılmaktadır. Son olarak kadın öğretmenlerin ($\bar{X}=3,55$) cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma düzeylerinin erkek öğretmenlere ($\bar{X}=3,23$) göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bu boyut açısından da yapılan etki analizi sonucunda cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma algılarını düşük düzeyde ($d=,01$) etkilediği anlaşılmaktadır

Öğretmenlerin Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeğinin cinsiyet grupları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan t-testi sonuçlarına göre, profesyonel çalışma davranışları alt boyutunun cinsiyet grupları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($t=-5,876$; $p<0,05$). Kadın öğretmenlerin ($\bar{X}=4,92$) kadın yöneticilerin profesyonel çalışma davranışlarına yönelik tutumlarının erkek öğretmenlere ($\bar{X}=4,16$) göre daha olumlu seviyede olduğu belirlenmiştir. Eta-kare (η^2) etki büyüklüğü hesaplamasına göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin kadın yöneticilerin profesyonel çalışma davranışlarına yönelik tutumları üzerinde orta düzeyde ($d=,07$) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır (bkz, Cohen, 1988). İlişkileri yönetme davranışları alt boyutunun cinsiyet grupları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($t=-3,354$; $p<0,05$). Kadın öğretmenlerin ($\bar{X}=4,85$) kadın yöneticilerin ilişkileri yönetme davranışlarına yönelik tutumlarının erkek öğretmenlere ($\bar{X}=4,43$) göre daha olumlu seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin kadın yöneticilerin ilişkileri yönetme davranışlarına yönelik tutumları üzerinde düşük düzeyde ($d=,02$) etkisinin olduğu tespit edilmiştir. İş ahlakı alt boyutunun cinsiyet grupları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($t=-3,148$; $p<0,05$). Kadın öğretmenlerin ($\bar{X}=5,02$) kadın yöneticilerin iş ahlakı boyutuna yönelik tutumlarının erkek öğretmenlere ($\bar{X}=4,62$) göre daha olumlu seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin kadın yöneticilerin iş ahlakı boyutuna yönelik tutumları üzerinde düşük düzeyde ($d=,02$) etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kadın yöneticilere karşı tutum ölçeğinin cinsiyet grupları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($t=-5,952$; $p<0,05$). Kadın öğretmenlerin ($\bar{X}=4,93$) kadın yöneticilere karşı genel tutumlarının erkek öğretmenlere ($\bar{X}=4,40$) göre daha olumlu seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre cinsiyet değişkeninin öğretmenlerin kadın yöneticilere yönelik genel tutumları üzerinde orta düzeyde ($d=,07$) etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerin cinsiyetçilik algılarının yaş değişkenine göre farklılığını araştırmak için yapılan ANOVA testinin sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 7. Öğretmenlerin Yaş Gruplarına Göre Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği ANOVA Sonucu

	Yaş	n	\bar{X}	SS	Sd	F	p	Fark	d
Düşmanca Cinsiyetçilik	1- 21-30	284	2,99	1,11	3	9,054	,000*		,06
	2- 31-40	124	3,62	1,16				1<2	
	3- 41-50	32	3,11	1,16					
	4- 51 ve Üstü	5	2,67	1,66					
Heteroseksüel Yakınlık	1- 21-30	284	3,42	1,32	3	9,333	,000*		,07
	2- 31-40	124	4,15	1,32				1<2	
	3- 41-50	32	3,31	1,45				2>3	
	4- 51 ve Üstü	5	3,25	1,92					
Koruyucu Ataerkillik	1- 21-30	284	3,30	1,24	3	5,327	,001*		,03
	2- 31-40	124	3,74	1,20				1<2	
	3- 41-50	32	3,64	1,47					
	4- 51 ve Üstü	5	2,25	,82					
Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma	1- 21-30	284	3,40	1,18	3	,995	,395		
	2- 31-40	124	3,54	1,27					
	3- 41-50	32	3,32	1,48					
	4- 51 ve Üstü	5	2,73	1,65					

*p<0.05

Öğretmenlerin Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeğinin yaş grupları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçlarına göre, düşmanca cinsiyetçilik alt boyutunun yaş grupları arasındaki farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur (F=9,054; p<0,05). Anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığının belirlenmesi için yapılan post hoc analizlerinden Scheffe testi sonucuna göre anlamlı farklılığın 21-30 yaş ile 31-40 yaş grupları arasında olduğu belirlenmiştir. 31-40 yaş grubunda olan öğretmenlerin (\bar{x} =**3,62**) düşmanca cinsiyetçilik düzeylerinin 21-30 yaş (\bar{x} =**2,99**) olanlara göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Eta-kare (η^2) etki büyüklüğü hesaplamasına göre yaş değişkeninin öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algıları üzerinde orta düzeyde (d= ,06) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır (bknz, Cohen, 1988). Heteroseksüel yakınlık alt boyutunun yaş grupları arasındaki farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur (F=9,333; p<0,05). Anlamlı farklılığın olduğu 21-30 yaş (\bar{x} =**3,42**) ve 41-50 yaş (\bar{x} =**3,31**) olanların heteroseksüel yakınlık düzeylerinin 31-40 yaş (\bar{x} =**4,15**) olanlara göre daha düşük seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre yaş değişkeninin öğretmenlerin heteroseksüel yakınlık algıları üzerinde orta düzeyde (d= ,07) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Koruyucu ataerkillik alt boyutunun yaş grupları arasındaki farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur (F=5,327; p<0,05). Scheffe testi sonucuna göre anlamlı farklılığın 21-30 yaş ile 31-40 yaş grupları arasında olduğu belirlenmiştir. 31-40 yaş (\bar{x} =**3,74**) olanların koruyucu ataerkillik düzeylerinin 21-30 yaş (\bar{x} =**3,30**) olanlara göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre yaş değişkeninin öğretmenlerin koruyucu ataerkillik algıları üzerinde

düşük düzeyde ($d= ,03$) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutumlarının yaş değişkenine göre farklılığını araştırmak için yapılan ANOVA testinin sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 8. Öğretmenlerin Yaş Gruplarına Göre Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği ANOVA Sonucu

	Yaş	n	\bar{X}	SS	Sd	F	p	Fark	d
Profesyonel Çalışma Davranışları	1- 21-30	284	4,78	1,36	3	6,752	,000*		,04
	2- 31-40	124	4,19	1,31				1>2	
	3- 41-50	32	4,70	1,34					
	4- 51 ve Üstü	5	5,68	,50					
İlişkileri Yönetme Davranışları	1- 21-30	284	4,69	1,30	3	,156	,926		
	2- 31-40	124	4,70	1,19					
	3- 41-50	32	4,53	1,76					
	4- 51 ve Üstü	5	4,66	1,54					
İş Ahlakı	1- 21-30	284	4,83	1,30	3	,551	,648		
	2- 31-40	124	4,99	1,25					
	3- 41-50	32	4,73	1,76					
	4- 51 ve Üstü	5	4,70	2,05					
Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği (Toplam)	1- 21-30	284	4,77	,95	3	,851	,467		
	2- 31-40	124	4,63	,86					
	3- 41-50	32	4,66	1,16					
	4- 51 ve Üstü	5	5,01	1,12					

* $p<0.05$

Öğretmenlerin Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeğinin yaş grupları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan tek yönlü ANOVA analizi sonuçlarına göre, profesyonel çalışma davranışları alt boyutunun yaş grupları arasındaki farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($F=6,752$; $p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığının belirlenmesi için post hoc analizlerinden Scheffe analizi yapılmış olup Scheffe testi sonucuna göre anlamlı farklılığın 21-30 yaş ile 31-40 yaş grupları arasında olduğu belirlenmiştir. 21-30 yaş grubunda olan öğretmenlerin ($\bar{x}=4,78$) kadın yöneticilerin profesyonel çalışma davranışlarına yönelik tutumlarının 31-40 yaş ($\bar{x}=4,19$) grubundaki öğretmenlere göre daha olumlu seviyede olduğu belirlenmiştir. Eta-kare (η^2) etki büyüklüğü hesaplamasına göre yaş değişkenin öğretmenlerin kadın yöneticilerin profesyonel çalışma davranışlarına yönelik tutumları üzerinde düşük düzeyde ($d= ,07$) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır (bknz, Cohen, 1988). Öğretmenlerin Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeğinin yaş arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan tek yönlü ANOVA sonuçlarına göre, ilişkileri yönetme davranışları, iş ahlakı alt boyutları ile kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği toplam puanları arasındaki farklılık istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunamamıştır ($p>0,05$). Öğretmenlerin cinsiyetçilik algılarının ve kadın yöneticilere karşı

tutumlarının medeni durumlarına göre farklılığını araştırmak için yapılan t testi sonuçları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 9. Öğretmenlerin Medeni Durumlarına Göre Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik ve Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Puanları Bağımsız Gruplar t-testi Sonuçları

Çelişik Cinsiyetçilik	Duygulu Medeni Durum	N	\bar{X}	SS	t	sd	P	d
Düşmanca Cinsiyetçilik	Evli	200	3,27	1,13	1,684	442	,093	
	Bekâr	245	3,09	1,18				
Heteroseksüel Yakınlık	Evli	200	3,75	1,40	1,980	442	,048*	,008
	Bekâr	245	3,49	1,34				
Koruyucu Ataerkillik	Evli	200	3,59	1,26	2,315	442	,021*	,01
	Bekâr	245	3,31	1,25				
Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma	Evli	200	3,48	1,23	,821	442	,412	
	Bekâr	245	3,38	1,24				
Kadın Yöneticilere Karşı Tutum								
Profesyonel alışma Davranışları	Evli	200	4,70	1,37	1,17	442	,242	
	Bekâr	245	4,55	1,36				
İlişkileri Yönetme Davranışları	Evli	200	4,68	1,22	,055	442	,957	
	Bekâr	245	4,69	1,37				
İş Ahlakı	Evli	200	4,85	1,28	,204	442	,839	
	Bekâr	245	4,87	1,38				
Kadın Yöneticilere Karşı Ölçeği (Toplam)	Evli	200	4,74	,89	,444	442	,658	
	Bekâr	245	4,70	,98				

*p<0.05

Öğretmenlerin Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeğinin medeni durumları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan t-testi sonuçlarına göre, heteroseksüel yakınlık alt boyutunun medeni durumları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur (t=1,980; p<0,05). Evlilerin (\bar{X} =3,75) heteroseksüel yakınlık düzeylerinin bekarlara (\bar{X} =3,49) göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Eta-kare (η^2) etki büyüklüğu hesaplamasına göre medeni durum değişkenin öğretmenlerin heteroseksüel yakınlık algıları üzerinde çok düşük düzeyde (d= ,008) etkisinin olduğu anlaşılmaktadır (bknz, Cohen, 1988). Koruyucu ataerkillik alt boyutunun medeni durumları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur (t=2,315; p<0,05). Evlilerin (\bar{X} =3,59) koruyucu ataerkillik düzeylerinin bekarlara (\bar{X} =3,31) göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre medeni durum değişkenin öğretmenlerin koruyucu ataerkillik algıları üzerinde düşük düzeyde (d= ,01) etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenlerin

Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeğinin medeni durumları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan t-testi sonuçlarına göre, çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeğinde medeni durumları arasındaki farklılık düşmanca cinsiyetçilik ve cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma alt boyutları istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Öğretmenlerin Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeğinin medeni durumları arasında fark durumlarının belirlenmesi için yapılan t-testi sonuçlarına göre ise, kadın yöneticilere karşı tutum ölçeğinin medeni durumları arasında farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Tablo 10'da öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği ve kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği puanları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Pearson Korelasyon analizi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 10. Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği ve Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki Pearson Çarpım Momentler Korelasyon Matrisi.

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
1-Düşmanca Cinsiyetçilik	1	,490**	,487**	,225**	-,642**	,011	,134**	-,241**
2-Heteroseksüel Yakınlık		1	,607**	,410**	-,416**	,273**	,350**	,090
3-Koruyucu Ataerkillik			1	,491**	-,345**	,254**	,338**	,111*
4-Cins. Aras. Tamam. Farklılaştırma				1	-,239**	,425**	,467**	,301**
5-Profesyonel Çalışma Davranışları					1	,059	-,096*	,465**
6-İlişkileri Yönetme Davranışları						1	,803**	,868**
7-İş Ahlakı							1	,796**
8-Kadın Yöneticilere Karşı Tutum Ölçeği								1

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

Korelasyon matrisi tablosu incelendiğinde; Öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği düşmanca cinsiyetçilik alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu [$r=-.642$] arasında negatif yönde, iş ahlakı alt boyutu [$r=.134$] arasında pozitif yönde, kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği puanı [$r=-.241$] arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu bulgular öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algıları arttıkça kadın yöneticilerin profesyonel çalışacaklarına ilişkin olumlu tutumlarının önemli düzeyde düşeceğini ve aynı zamanda kadın yöneticilere karşı genel olumlu tutumlarında da düşüşün olacağını göstermektedir. Öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği heteroseksüel yakınlık alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu [$r=-.416$] arasında negatif yönde, ilişkileri yönetme davranışları alt boyutu [$r=.273$] arasında pozitif yönde, iş ahlakı alt boyutu [$r=.350$] arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu bulgular öğretmenlerin heterokseksüel yakınlık algıları arttıkça kadın yöneticilerin profesyonel çalışacaklarına ilişkin olumlu tutumlarının düşeceğini, bunun yanında ilişkileri yönetme davranışları

ile iş ahlakına ilişkin tutumlarının ise artacağını göstermektedir, Öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği koruyucu ataerkillik alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu [$r=-.345$] arasında negatif yönde, ilişkileri yönetme davranışları alt boyutu [$r=.254$] arasında pozitif yönde, iş ahlakı alt boyutu [$r=.338$] arasında pozitif yönde, kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği puanı [$r=.111$] arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu bulgular öğretmenlerin koruyucu ataerkillik algıları arttıkça kadın yöneticilerin profesyonel çalışacaklarına ilişkin olumlu tutumlarının düşeceğini, bunun yanında ilişkileri yönetme davranışlarına ve iş ahlakına ilişkin tutumlarının ise artacağını göstermektedir. Öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu [$r=-.239$] arasında negatif yönde, ilişkileri yönetme davranışları alt boyutu [$r=.425$] arasında pozitif yönde, iş ahlakı alt boyutu [$r=.467$] arasında pozitif yönde, kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği puanı [$r=.301$] arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu bulgular öğretmenlerin cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma algıları arttıkça kadın yöneticilerin profesyonel çalışacaklarına ilişkin olumlu tutumlarının düşeceğini, bunun yanında ilişkileri yönetme davranışlarına ve iş ahlakına ilişkin tutumlarının ise artacağını göstermektedir. Tablo 11’de çelişik duygulu cinsiyetçilik alt boyutlarının kadın yöneticilere yönelik tutumlarını yordama düzeyini saptamak amacıyla gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 11. Öğretmenlerin Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik Algılarının Kadın Yöneticilere Karşı Tutumlarını Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi

Boyutlar	β	Std. Hata	t	p	Tolerance	VIF	F	F (p)
Sabit	5,31	,144	36,796	,000*				
Düşmanca	-,442	,039	-11,206	,000*	,700	1,42		
Cinsiyetçilik							38,46	,000*
Heteroseksüel	,018	,037	,472	,637	,564	1,77		
Yakınlık								
Koruyucu Ataerkillik	,067	,042	1,575	,116	,517	1,93		
Cins. Arası Tam.Fark.	,140	,036	3,847	,000*	,736	1,36		

* $p<0.01$ $R^2=0,21$, Durbin Watson= 1,90 **Bağımsız Değişkenler:** Düşmanca Cinsiyetçilik, Heteroseksüel Yakınlık, Koruyucu Ataerkillik, Cinsiyetler Arası Tamamlayıcı Farklılaştırma. **Bağımlı Değişken:** Kadın Yöneticilere Karşı Tutum

Regresyon analizi varsayımları incelendiğinde yordayıcı bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin anlamlı ($F= 38,46$; $p=,000$ $p<0.01$) olduğu belirlenirken, VIF değerlerinin 10’ün altında olmasının çoklu bağıntı probleminin olmadığını, Durbin Watson değerinin 2’ye yakın olması

oto korelasyonunun olmadığına işaretir.

Düşmanca cinsiyetçilik alt boyutu ($t=-11,206$ $p=,000$ $p<0.01$) ve cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma alt boyutunun ($t=-3,84$; $p=,000$ $p<0.01$) kadın yöneticilere ilişkin tutumun anlamlı yordayıcıları olduğu belirlenmiştir. Heteroseksüel yatkınlık ($t=,472$; $p=,637$ $p>0.05$) ve koruyucu aterkillik ($t= 1,57$; $p=,116$ $p>0.05$) alt boyutlarının ise anlamlı yordayıcılar olmadığı anlaşılmıştır. Regresyon tablosu incelendiğinde öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik ve cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma algılarının kadın yöneticilere karşı tutumlarının %21 ini açıkladığı belirlenmiştir ($R^2= ,21$). Regresyon analizi sonucuna ilişkin regresyon eşitliği aşağıda verilmiştir.

Kadın Yöneticilere ilişkin tutum= $5,31 + (-0,44*\text{düşmanca cinsiyetçilik}) + (0,14*\text{cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma})$

Regresyon eşitliği incelendiğinde öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algılarında bir birimlik artışın kadın yöneticilere karşı genel tutum üzerinde 0,44 birimlik olumsuzluğu neden olacağı, bunun yanında cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma algılarının bir birimlik artışın ise kadın yöneticilere ilişkin genel tutum üzerinde 0,14 birimlik olumlu artışa neden olacağı şeklinde yorumlanabilir. Bu denklemde öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algılarının kadın yöneticilere karşı olumlu tutumu tetiklediği ancak cinsiyetlerarası tamamlayıcı farklılaştırmanın ise kadın yöneticilere karşı olumlu tutuma neden olacağı şeklinde anlaşılmalıdır.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırma bulguları öğretmenlerin toplum cinsiyet algılarının olumsuz alt boyutları olan *düşmanca cinsiyetçilik*, *koruyucu ataerkillik* ve *cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma* algılarının orta düzeyde, *heteroseksüel yakınlık* algılarının ise biraz yüksek düzeyde olduğunu göstermiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin özelliği dikkate alındığında öğretmenlerdeki tespit edilen orta ve yüksek düzeydeki algının kadın cinsiyetine ilişkin olumsuz cinsiyetçi bir yaklaşımın varlığını göstermektedir. Toplumun en aydın kesimini temsil eden bir meslek grubunda kadınlara ilişkin cinsiyetçi yaklaşımın varlığının tespit edilmesi araştırmanın ulaştığı en çarpıcı sonuçtur. Bu sonuçlara göre öğretmenlerin kadınlara karşı belli önyargılara sahip oldukları, kadınların zayıflıklarından dolayı korunma ve yüceltmeye ihtiyaç duyulan saf varlıklar olduklarını düşündükleri şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca öğretmenler erkek cinsiyeti açısından kadınların sadece cinsel yönden ihtiyaç duyulan duygusal varlıklar olduklarına ilişkin heteroseksüel bakışlarının henüz geçerli olduğunu vurgulamışlardır. Yılmaz'ın (2016) çalışmasında da bu araştırmaya paralel olarak söz konusu boyutlarda öğretmenlerin yüksek düzeyde cinsiyetçi yaklaşımlara sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu araştırmada ayrıca öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutum düzeyleri araştırılmış ve elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin yüksek düzeyde olumlu tutum içerisinde oldukları tespit edilmiştir. Bulgular incelendiğinde, kadın yöneticilere ilişkin tutumun alt boyutlarını oluşturan *profesyonel çalışma davranışları*, *ilişkileri yönetme davranışları* ve *iş ahlakı düzeylerinde* de öğretmenlerin yüksek düzeyde olumlu tutum içinde oldukları anlaşılmaktadır. Bu durum

öğretmenlerin, kadın yöneticilerin meslek hayatlarında profesyonel davranabildiklerine, kişilerarası ilişkilere önem verdiklerine, iletişimlerinin güçlü olduğuna ve aynı zamanda çalışma kültürünü edinmiş olduklarına ilişkin düşüncelere sahip olduklarını göstermektedir. Benzer bulgulara Asar (2014) ve Uçan'ın (2012) çalışmalarında da rastlanmaktadır.

Araştırma bulgularına göre öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçilik düzeylerinde cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Erkek öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik düzeylerinin kadın öğretmenlere göre daha yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Bu bulgu çalışmamızda beklenen bir sonuçtur. Düşmanca cinsiyetçilik, önyargı ve esnek olmayan genellemelere dayalı olumsuz bir tutumdur. Farklı ifadeyle kadının erkeğe göre zayıf ve ona bağımlı olarak algılanıp, düşük seviyede görülmesi ve cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmasına düşmanca cinsiyetçilik denir (Sakallı, 2002). Bu doğrultuda, ölçekte elde edilen yüksek puanlar cinsiyetçiliğin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Yılmaz, 2016). Bu bulgu, erkek öğretmenlerin baskıcı ataerkilliği, cinsiyetler arası yarışmacı farklılaştırmayı ve heteroseksüel düşmanlığı daha fazla kabul ettiklerini göstermektedir. Aynı zamanda erkek öğretmenler, erkek ve kadın arasındaki ayrımcılığı daha fazla vurgulamaktadır. Heteroseksüel yakınlık ve koruyucu ataerkillik alt boyutlarında da erkeklerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Koruyucu ataerkillik, zayıf olduğu gerekçesiyle kadına yardım, kadını destekleme ve onun için çalışma anlamına gelmekle birlikte kadının erkeğe oranla daha düşük seviyede olduğunu kanıtlamaya hizmet eden bir önyargıdır (Sakallı, 2002). Heteroseksüel yakınlık ise kadına cinsel yönden ihtiyaç duyma, duygusallık ve kadına sevgi unsurlarını barındırmaktadır. Toplumsal cinsiyetçiliğin yüksek olduğu ülkelerde kadınlar erkeklere oranla düşmanca cinsiyetçiliğe karşı olumsuz tepkiler verirken, korumacı cinsiyetçiliğe fazla tepki vermemişlerdir. Yani düşmanca cinsiyetçilik önyargı ve ayrımcılık olarak algılanırken, korumacı cinsiyetçiliğe olumlu yaklaşmıştır. Benzer bir durum bu araştırmanın bulgularında da yer almaktadır. Korumacı cinsiyetçilik özünde kadının zayıf olduğunu ve korunması gerektiğini savunmaktadır, ayrımcılığı sadece daha olumlu bir şekilde dile getirir. Kadın öğretmenlerin cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma düzeylerinin erkek öğretmenlere göre daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucunda, kadın öğretmenlerin erkek öğretmenlere oranla kadının saflığı, üstünlüğü, zevkli olmaları ile ilgili maddelerde hemfikir olduklarını göstermektedir. Toplumsal cinsiyetçilik düzeylerinin cinsiyete göre farklılaştığını Yılmaz (2016) ve Alptekin (2014) çalışmalarında da ortaya konmuştur. Alptekin'in üniversite öğrencileri ile yaptığı araştırmanın bulgularına göre erkek öğrencilerin düşmanca cinsiyetçilik düzeyleri, kadın öğrencilerin ise korumacı cinsiyetçilik düzeyleri daha yüksek bulunmuştur.

Öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutum düzeylerinde cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Kadınların profesyonel çalışma davranışları, ilişkileri yönetme davranışları, iş ahlakı ve kadın yöneticilere karşı tutum düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Berkman (2005), Özkan (2006), Çelik (2008), Uçan (2012), Asar (2014), Tat (2015), Çalık, Koşar ve Dağlı (2012), Sakallı (2002), Beydoğan (2001), Balcı (2016) çalışmalarında da kadın

yöneticilere yönelik tutumların cinsiyete göre farklılaştığı görülebilmektedir. Çalışmalar, kadınların erkeklere göre daha olumlu tutumlar sergilediklerini göstermektedir. Usluer (2000) bu durumu 'erkek egemenliğine dayanan ataerkil düzende yetişen erkeklerin, yaşları ne olursa olsun, kadının çalışması ile ilgili olarak kadınlardan daha olumsuz tutumlara sahip olmaları beklenen bir sonuçtur' şeklinde yorumlamıştır (Balcı, 2016). Çelikten'in (2005) ve Özçifçi (2013) çalışmalarında ise tam tersi bir bulguya rastlanmaktadır. Çelikten'e (2005) göre kadın öğretmenler kadın yöneticilerle çalışmayı daha zor bulmaktadır. Özçifçi'nin (2013) araştırma bulgularına göre kadın yöneticilere yönelik tutum olarak 'Profesyonel Çalışma Davranışı' ve 'Kadın Yöneticilere Yönelik Tutum Ölçeği Toplam Puanı' açısından erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha yüksek düzeyde oldukları belirtilmiştir. Bu sonuç kadınların hemcinslerine yönelik daha olumsuz yargılara sahip olduklarını düşündürmektedir. Eagly ve Johnson'un (1990) çalışmasında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmaya göre beklenenin aksine yönetimde kadın ve erkekler arasında fark bulunmamakla birlikte kadınların erkeklere oranla daha demokratik ve katılımcı bir yönetim stili benimsedikleri belirtilmiştir.

Öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçilik düzeylerinde yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Araştırma bulgularına göre 31-40 yaş grubunda olanların düşmanca cinsiyetçilik ve koruyucu ataerkillik düzeylerinin 21-30 yaşa göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar, orta yaşlı kişilerin gençlere oranla belirli kalıp yargılara sahip oldukları ve kadınlar konusunda gelenekselci bir bakış açısına sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir. Heteroseksüel yakınlık alt boyutunda da 31-40 yaş grubundakilerin 21-30 yaş ve 41-50 yaş grubundakilere göre daha yüksek düzeyde olduğu bulunmuştur.

Öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutum düzeylerinde yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 21-30 yaş grubunda olanların profesyonel çalışma davranışları düzeylerinin 31-40 yaş grubunda olanlara göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Buna göre mesleğinin başındaki öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı daha olumlu bir tutum içerisinde oldukları söylenebilir. İlişkileri yönetme davranışları, iş ahlakı alt boyutları ile kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği toplam puanları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. Çelik'in (2008)'in çalışmasında ise 31-40 yaş grubunun kadın yöneticilere karşı tutum puanlarının ortalamasının diğer yaş grubu ortalamalarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Balcı'nın (2016) çalışmasında ise 40-49 yaş aralığında bulunanların profesyonel çalışma davranışı ve insanlar arası ilişkiler alt boyutunda 20-29 yaş ve 30-39 yaş grubuna göre daha olumsuz tutum içinde olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Çalık, Koşar ve Dağlı (2012), Uçan (2012) ve Asar (2014) çalışmalarında katılımcıların yaşının, kadın yöneticilere karşı tutumlarını etkilemediği bulunmuştur.

Öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçilik düzeylerinin medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Evlilerin heteroseksüel yakınlık düzeylerinin bekârlara göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmamızda beklenen bir sonuçtur. Koruyucu ataerkillik alt boyutunda, evlilerin düzeylerinin bekârlara göre daha yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir. Bu

bulgulara göre, evli kişilerin hayatlarında duygusal ilişki kurdukları biri olduğundan ve onlara karşı korumacı davranıyor olabilme durumlarından ötürü bu sonuçlar anlamlı bulunmuştur. Ayrıca düşmanca cinsiyetçilik ve cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma alt boyutları istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Çalışmanın sonucundan farklı olarak Yılmaz'ın (2016) araştırma bulgularına göre koruyucu ataerkillik alt boyutunda bekârların ortalama düzeyleri evlilerden yüksek bulunmuştur. Öğretmenlerin kadın yöneticilere karşı tutum düzeylerinde medeni durum göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Uçan'ın (2012) çalışmasında da benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Asar (2014) çalışmasında farklı bir sonuca ulaşmıştır. Araştırmanın bulgularına göre kadın yöneticilere karşı tutum puanı açısından ve 'insanlar arası ilişkiler' alt boyutunda bekârların evlilere göre daha olumlu bir tutuma sahip oldukları görülmüştür. Özçifçi'nin (2013) çalışmasında da 'profesyonel çalışma davranışı' ve 'iş ahlakı' alt boyutunda medeni duruma göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık vardır. İnsanlar arası ilişkilerde bekâr öğretmenler evli öğretmenlere göre daha olumlu bir tutuma sahiptir.

Araştırma bulguları öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algıları ile kadın yöneticilere karşı genel tutumları arasında negatif yönde düşük düzeyde, tutum ölçeğinin profesyonel çalışma davranışı alt boyutu arasında negatif yönde yüksek düzeyde, iş ahlakı alt boyutu arasında ise pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları öğretmenlerin düşmanca cinsiyetçilik algılarının kadın yöneticilere karşı genel tutumun %6'sını açıklama gücüne sahip olduğunu ancak profesyonel çalışma alt boyutuna ilişkin tutumun ise %41'ini açıklama gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Profesyonel çalışma alt boyutu kadınların yöneticilik yaşamlarındaki profesyonel tutum ve davranışlarına ilişkin yapıya vurgu yaptığı düşünüldüğünde böylesi negatif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki sonucunu anlamlandırmaktadır. Çünkü düşmanca cinsiyetçilik alt boyutu kadınlara karşı cinsiyetlerinden ötürü önyargıyı ve olumsuz tutumları temsil etmektedir.

Korelasyon analizi bulgularına göre, çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği heteroseksüel yakınlık alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu arasında negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Öğretmen algılarına göre, çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği koruyucu ataerkillik alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu arasında negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Bulgulara göre, koruyucu ataerkillik algıları profesyonel çalışma alt boyutuna ilişkin tutumun %12'sini açıklayabilmektedir.

Öğretmenlerin çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği cinsiyetler arası tamamlayıcı farklılaştırma alt boyutu puanı ile profesyonel çalışma davranışları alt boyutu arasında negatif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bunun yanında, ilişkileri yönetme davranışları alt boyutu arasında pozitif yönde orta düzeyde, iş ahlakı alt boyutu arasında pozitif yönde orta düzeyde, kadın yöneticilere karşı tutum ölçeği puanı arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Çalışmanın tamamlayıcı farklılaştırma boyutu kadın ve erkeği birbirini tamamlayan parçalar olarak gördüğünden ve kadınların erkeklere oranla daha yüksek duyarlılığa sahip olduğunu belirten

maddeleri bulunduğundan iş ahlakı boyutuyla aralarında pozitif yönde bir ilişkinin olması beklenen bir sonuçtur.

Çelişik duygulu cinsiyetçilik alt boyutlarının kadın yöneticilere yönelik tutumlarını yordama düzeyini saptamak için yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre, çelişik duygulu cinsiyetçilik alt boyutlarından düşmanca cinsiyetçilik puanı öğretmenlerin kadın yöneticilere yönelik tutumlarını negatif yönde anlamlı olarak yordamaktadır. Yani kadınlara karşı önyargı ve olumsuz tutumlara sahip öğretmenlerin yönetici konumundaki kadınlara karşı da bu düşüncelerini devam ettirdikleri görülmektedir. Kadınların erkeklere göre daha zayıf oldukları fikrine sahip bireylerin, kadınların yönetici konumunda olmalarına da olumsuz baktıkları söylenebilir. Benzer bir bulguya Beydoğan'ın(2001) çalışmasında da rastlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, düşmanca cinsiyetçiliğe sahip kişilerin cinsiyetçi olmayanlara göre kadın yöneticilere ilişkin daha olumsuz tutuma sahip oldukları anlaşılmıştır. Sonuç olarak çelişik duygulu cinsiyetçiliğin alt boyutları hep birlikte kadın yöneticilere yönelik tutumların %21'ini açıklayabilme gücünde olduğu anlaşılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular ışığında aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

1. Çalışmanın sonuçlarına göre, erkek öğretmenlerin cinsiyetçilik algıları kadınlardan daha yüksektir. Kadın öğretmenlerin ise kadın yöneticilere karşı tutumları erkek öğretmenlere göre daha olumludur. Bu bulgular erkek öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algısının sebep ve sonuçlarına ilişkin eğitimlere ihtiyaç duyduklarını göstermektedir. Bu nedenle Millî Eğitim Bakanlığı'nda hizmet içi eğitimler ile öncesinde Eğitim Fakültelerinde seçmeli derslerle öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçilik bağlamında farkındalıkları artırılabilir.

2. Toplumsal cinsiyetçilik algısının küçük yaşlarda edinildiği göz önüne alındığında Türkiye'de eğitimin her kademesinde öğrencilere yönelik 'cinsiyet eşitliği' ile ilgili seçmeli dersler okutulabilir ve ya sosyal bilimler derslerinin müfredatına konu olarak eklenebilir.

3. Kadınlar sosyal yaşamda yer aldıkça toplumda var olan olumsuz cinsiyetçilik önyargılarının kırabileceği değerlendirildiğinden, kadın yöneticilerin eğitim yönetiminde yer almalarını teşvik etmek amacıyla belirli konularda pozitif ayrımcılığa dayalı çeşitli uygulamalarla teşvik edilmeleri sağlanabilir.

4. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumları arasındaki ilişki farklı örneklerde çalışabilir.

5. Farklı kurumlarda (sağlık, hizmet, özel sektör vb.) çalışan kişilerin toplumsal cinsiyetçilik algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumları araştırılarak bulgular öğretmenlerinki ile karşılaştırılabilir.

6. Öğretmenlerin toplumsal cinsiyet algıları ve kadın yöneticilere karşı tutumlarının daha derinlemesine çözümlenmesi için nitel yaklaşımdaki farklı araştırma desenleri ile çalışmalar kurgulanabilir. Böylelikle nicelde ulaşılan bulgular ile nitel bulguların anlamlandırılmasına çalışabilir.

KAYNAKÇA

- Acuner, S. ve Sallan, S. (1993). Türk kamu yönetiminde yönetici kadınlar. *Amme Dergisi*, 26(3), 77-92.
- Alptekin, D. (2014). Çelişik duygularda toplumsal cinsiyet ayrımcılığı sorgusu: üniversite gençliğinin cinsiyet algısına dair bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 203-211.
- Asar, R. (2014). *Eğitim kurumlarında kadın yöneticilere karşı tutumların değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri.
- Aslan, Y. (2016). *Türkiye'de feminizm düşüncesinin imkanı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale
- Balcı, N. (2016). *Eğitim kurumlarında kadın yöneticilere karşı tutumlar*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Berkman, Y. A. (2005). Attitudes towards women managers: development of a new measure. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beydoğan, B. (2001). *Attitudes Toward Women in Managerial Positions: The Effects of Ambivalent Sexism, Patriarchy and Gender Differences on These Attitudes* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara
- Bora, A. (2011). Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık, İç. Çayır, K., & Ceyhan M.A. (Ed), *Çok boyutlu yaklaşımlar*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Çalık, T., Koşar, S., & Dağlı, E. (2012). İlköğretim okullarında kadın yöneticilere yönelik öğretmen tutumlarının değerlendirilmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 10(4), 637-661.
- Çelik, Ö. (2008). *Ataerkil sistem bağlamında toplumsal cinsiyet ve cinsiyet rollerinin belirlenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çelikten, M. (2004). Okul müdürü koltuğundaki kadınlar: kayseri ili örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 91-118.
- Çelikten M. (2005). The Women Principals in Turkey. *Journal of American Academy of Business, Cambridge*. 6(1), 85-94.
- Çıtak, A. (2008). *Kadınların çalışmasına yönelik tutum: cinsiyet, cinsiyet rolü ve sosyoekonomik düzeye göre bir karşılaştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Demirbilek, S. (2007). Cinsiyet ayrımcılığının sosyolojik açıdan incelenmesi, *Finans, Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44(511), 12-26.
- Durgun, C., ve Gök, G. O. (2017). Toplumsal cinsiyet eşitsizliği bağlamında BRİCS & G7 ülkelerinin karşılaştırmalı analizi. *Beşkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 20-32.
- Eagly, A. H. ve Johnson, B. T. (1990). Gender and Leadership Style: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 108(2), 233-256.
- Gökalg, İ. E. (2008). *Türkiye'de kadın girişimciler ve kadın yöneticiler*. (Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale
- Gündüz, Y. (2010). Öğretmen algılarına göre kadın öğretmenlerin kariyer engellerinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi*, 10(1).
- Hırata, H., Laborie, F. ve Senotier, D. (2015). *Eleştirel feminizm sözlüğü*. (G. A. Savran, Çev.). Ankara, Dipnot Yayınları.
- Kahraman, S. D. (2010). Kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliğine yönelik görüşlerinin belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 3(1), 30-35.
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel araştırma yöntemi*. İstanbul, Nobel Yayın Dağıtım.
- MEB (2022). *Milli Eğitim İstatistikleri 2021/2022*, Milli Eğitim Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara
- Mercanlıoğlu, Ç. (2009). Cinsiyete dayalı eşitsizlik: kadın yöneticilerin iş ve özel hayatlarını dengeleme zorlukları ve bedelleri. Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi. Erişim Tarihi: 10.05.2020
- Özçifçi, İ. (2013). *Kadın yöneticilere yönelik tutumlar ve öz yeterlik algıları arasındaki ilişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kayseri
- Özkan, D. (2006). *The Relationship Between Attribution Related To Acquisition of Managerial Position by Women, Attitudes Toward Women Managers, Sexism and Sex Differences*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara:
- Sakallı, U. N. (2002). Çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği: geçerlik ve güvenilirlik çalışması: *Türk Psikoloji Derneği*, 17(49), 47-58.
- Sefer, S. R. (2006). *Üsküdar ilçesindeki okullarda çalışan bazı kadın yöneticilerin mesleklerine ilişkin beklenti ve sorunları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

- Şafak, A. A. (2013). *Yargıtay kararları ışığında türk aile hukukunda kadın bedeninin ele alınışının feminist bir perspektifle incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Taş, G. (2016). Feminizm üzerine genel bir değerlendirme: kavramsal analizi, tarihsel süreçleri ve dönüşümleri. *Akademik Hassasiyetler*, 3(5), 163-175.
- Tat, F. (2015). *Kadın yöneticilerle çalışan öğretmenlerin ve yöneticilerin, kadın yöneticilerin yeterliliklerine ilişkin görüşleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Terzioğlu, F. ve Taşkın, L. (2008). Kadının toplumsal cinsiyet rolünün liderlik davranışlarına ve hemşirelik mesleğine yansımaları. *C. Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 12(2), 62-67.
- Tüzel, E. (2014). *Eğitim Örgütlerinde Kadın Yöneticilerin Kariyer Engellerinin İncelenmesi (Ankara İli Örneği)*. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Uçan, M. (2012). *İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin kadın yöneticilere yönelik tutumları ile kadın yöneticilerde algıladıkları liderlik stilleri arasındaki ilişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Usluer, L. (2000). *Kadın öğretmenlerin yönetici konumlara yükseltilmeme nedenleri konusundaki öğretmen ve yönetici görüşlerinin değerlendirilmesi: Ankara İli Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Yalçın, C. (2019). *Okul yöneticilerinin yeterliliklerine ilişkin okul yöneticilerinin ve öğretmenlerinin görüşleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Yılmaz, S. (2016). *Okul yöneticileri ve öğretmenlerin toplumsal cinsiyetçiliğe ve kadın yöneticilerin liderlik becerilerine yönelik görüşleri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Geliş Tarihi:

03.06.2022

Kabul Tarihi:

12.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Başar, P., & Gültekin, A. (2022). Hizmetkâr liderliğin örgüt kültürü üzerindeki etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1284-1303. doi: 10.46928/iticusbe.1125742

HİZMETKÂR LİDERLİĞİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ*

Araştırma

Pınar Başar  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

Sorumlu Yazar (Correspondence)

pbasar@ticaret.edu.tr

Ahmet Gültekin 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

Ahmet.Gultekin@kiwa.com.tr

Pınar Başar İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme bölümünde öğretim üyesi olarak çalışmalarına devam etmekte, “İşletme Yönetimi”, “Girişimcilik”, “Yönetim ve Organizasyon”, “Liderlik” ve “Stratejik Yönetim” derslerini vermekte ve bu alanlarda yayınlarını sürdürmektedir.

Ahmet Gültekin İstanbul ticaret Üniversitesi İşletme Bölümü yüksek lisans programı mezunudur.

* Bu çalışma, Doç. Dr. Pınar Başar danışmanlığında Ahmet Gültekin tarafından yürütülen “Hizmetkâr liderliğin kurumsal kültürün üzerindeki etkisinin incelenmesi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

HİZMETKÂR LİDERLİĞİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Pınar Başar
pbasar@ticaret.edu.tr
Ahmet Gültekin
Ahmet.Gultekin@kiwa.com.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı, hizmetkâr liderliğin kurumsal kültür üzerindeki etkisini incelemektir.

Yöntem: Çalışmanın örneklemini özel bir belgelendirme firmasında çalışan 266 personel oluşturmaktadır. Nicel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Anket verileri SPSS programı ile analiz edilmiştir. Faktör analizi, korelasyon analizi ve korelasyon analizi uygulanmıştır.

Bulgular: Hizmetkâr liderliğin kurumsal kültürü pozitif yönde anlamlı etkilediği bulunmuştur. Sonuçlar, Hizmetkâr liderliğin affetme, hesap verebilirlik, otantiklik, geride durma ve cesaret boyutlarının kurumsal kültürü etkilemediğini göstermiştir.

Tartışma: Kurum kültürünü temel dinamikleri ve hizmetkâr liderlik üzerindeki etkisi incelenmiştir. Örgüt kültürü, ülke kültürü ve alt kültürler farklılık göstermektedir. Aynı kurumda bile satış görevlileri ayrı mühendisler ayrı bir kültürü paylaşmaktadır. Bu yüzden bir kurumun kültürünü tanımlamak ve nasıl algılandığını belirlemek oldukça zordur.

Anahtar kelimeler: *Liderlik, Kurumsal Kültür, Hizmetkâr Liderlik, Klan, Adokrasi, Hiyerarşi, Pazar kültürü*

JEL Sınıflandırması: M10

THE IMPACT OF SERVANT LEADERSHIP ON ORGANIZATIONAL CULTURE

Abstract

Purpose: The purpose of the study is to examine the effects of leadership on corporate culture.

Design/methodology/approach: The sample of the study consists of 266 personnel working in a private certification firm. The survey data were analyzed with the SPSS program.

Findings: It has been found that servant leadership has a significant positive effect on corporate culture. The results showed that the dimensions of Servant leadership's forgiveness, accountability, authenticity, standing back and courage did not affect corporate culture.

Discussion: The basic dynamics of corporate culture and its effect on servant leadership are examined. Organizational culture, country culture and subcultures differ. Even within the same organization, salespeople and engineers share a different culture. Therefore, it is quite difficult to define the culture of an institution and to determine how it is perceived.

Key words: Leadership, Institutional Culture, Servant Leadership, Clan, Adhocracy, Hierarchy, Market culture

JEL Classification: M10

GİRİŞ

Bu araştırmanın amacı, özel bir belgelendirme firmasının çalışanlarının hizmetkâr liderliğin boyutlarının kurumsal kültür boyutlarının üzerindeki etkilerini test ederek incelemektir.

Kurumsal kültür birçok araştırmada incelenmiştir. Bu çalışmada ise hizmetkâr liderliğin etkisi irdelenmiştir. Kurumsal kültürü oluşturmak çalışanların kendileri işletmeye ait hissederek daha çok katkıda bulunmalarını ve inisiyatif almalarını etkileyebilmektedir. Yöneticinin kendini geliştirmek için çaba ve tevazu göstermesi olumlu bir kurumsal kültür yaratmakta etkilidir. Ayrıca günümüzde “insan” faktörünün önem kazanmasından dolayı güçlendirmenin önem kazanması da iş hayatındaki gelişmeler ile tutarlıdır. Çünkü müşteriler kişiselleştirme ve özelleştirme gibi konulara daha çok önem vermektedir (Davenport, 2014)

Bilgi paylaşımı, yeteneklerini kullanmam için beni cesaretlendirme, kendini geliştirmek ve yeni fikirler geliştirmek için destek sunmak bunları kolaylaştırıcı bir ortam ve fırsat sunmak bir yöneticinin Çalışanlarının gelişmesine sunacağı en önemli katkılardır. Ayrıca ne yapacağını söylemek yerinme çözümün bir parçası olmasını sağlamak çalışanların kararları daha kolay kabullenmesini sağlar.

Sorumlu yöneticilik, affetme ve hesap verilebilirlik gibi boyutlar daha insani ve etik bir ortama olanak sağlayabilmektedir. Otantiklik olarak ele alınma kendi limitleri ve zayıflıkları ve istenmeyen sonuçlar ortaya çıktığında kendi hislerini ifade etmesi gibi faktörler işyerinde olumlu bir ortam oluşturmaya ve çalışanların işletmenin vizyonu için daha çok gayret etmelerine ortam hazırlayabilir.

Cinnoğlu (2019) restoran çalışanlarının performansının ve örgütsel özdeşleşmenin hizmetkâr liderlik gibi önemli bir kavram tarafından nasıl etkilendiğini incelemiştir. Bu çalışmada istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Kurumsal kültür ve hizmetkâr liderlik ilişkisini pozitivist bir yaklaşımda inceleyerek bunun önemini araştırmıştır (Dinçer & Bitirim, 2012).

HİZMETKÂR LİDERLİK

Liderlik teorileri iş dünyasındaki gelişmelere paralel olarak liderlik kavramına ve en iyi uygulama şekillerine cevap aramıştır. Hizmetkâr liderlik de çalışanlarının gelişimine ve katkısına olan etkisinde dolayı bu çalışmada ele alınmıştır.

Başkalarına hizmet etme fikrine dayanan hizmetkâr liderlik, güncel liderlik yaklaşımlardan birisidir (Carroll, 2005). Günümüzde devamlı değişen yönetim anlayışı, katı hiyerarşiden ziyade yakın ilişki ve pozitif iş kültürünü ön plana çıkarmaktadır. Geleneksel yönetim yaklaşımları ile hareket eden, denetim ve otoriteyi tercih eden yöneticiler, değişen ortamda insanları yönlendirirken zorlanmaktadır. Güvene dayalı ilişkilerin, rehberlik etmeye ve yol göstermeye yönelik liderlik uygulamalarının değerlendirildiği günümüzde otoriter lider tipinden ziyade yardımsever, paylaşımcı ve öğretici liderlere ihtiyaç vardır.

Hizmetkârlık anlayışı, yapılacak faaliyetlerde hizmeti merkeze almayı gerekli kılmaktadır. Liderin herhangi bir menfaati olmadan başkalarının ihtiyaçlarına kendisini adanmasıdır. İzleyicilerin bekleyen ihtiyaçlarının giderilmesini sağlamaktır (Fındıkçı, 2009).

KURUMSAL KÜLTÜR

Kurumsal kültür, bir organizasyonun amaç ve hedeflerinin, organizasyonda mevcut inanç ve değerlerin çalışanların davranış ve tutumlarının bileşimine denmektedir.

Kurumsal kültürün tanımı konusunda tam bir görüş birliği yoktur. Bu konuda yapılmış tanımlardan kurumsal kültürün, kurumu diğer kurumlardan ayıran ve kurum üyeleri tarafından paylaşılan bir anlamlar sistemi olduğunu ifaden geniş bir fikir birliği vardır.

Kurumsal kültür, bir grup tarafından ortaklaşa paylaşılan anlamlar sistemi olup, ideoloji, inanç, dil, mitlerden ve törenlerden oluşmaktadır (Pettigrew 1979).

Değerlerin, kültürün çekirdeğinde olduğunu Deal ve Kennedy ileri sürmüştür (2000).

Kurum üyelerinin paylaştığı sosyal değerler, standartlar, normlar, inançlar ve anlayışlar topluluğu şeklinde Richard Daft tanımlamıştır (2008).

Kurum kültürünü bir grubun veya örgütün üyelerini diğerlerinden ayıran kolektif zihin programlanması şeklinde Geert Hofstede tanımlamıştır (1998). Bir kurumun kültürünün yalnızca yöneticilerin zihinlerinde değil, tüm kurum çalışanlarının zihinlerinde yer aldığı varsayılmaktadır. Bu nedenle kurum kültürü hakkında bilgi almak için tüm üyelerden bilgi toplanmalıdır (Hofstede, 1998).

Quinn ve Cameron Modeli Kapsamında Kurumsal Kültür

Kurumsal kültür ile ilgili farklı modeller geliştirilmiştir. Quinn ve Cameron in oluşturduğu model ise bağlılık, katılım, takım çalışması, aile olma, yaratıcılık, yenilikçilik, risk alma, emir komuta düzeni, kural ve düzenlemeler, verimlilik, rekabet ve çevre ile etkileşim gibi faktörler bağlamında incelenmektedir ve hizmetkâr liderlik ile arasındaki ilişki daha önce literatürde araştırılmadığı görülmüştür.

Başarılı işletmelerde kurumsal kültürün performansı etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu savunan Quinn ve Cameron rekabet eden değerler modeli adını verdikleri bir model geliştirmişlerdir. Kurumsal kültürü değerlendirme envanteri ölçeğini kullanmışlardır (Quinn ve Cameron, 1983). Matrisin eksenlerinden biri esneklik, kararlılık ve kontrolü diğer eksen ise dışa odaklanma ve farklılaşmaya karşı içe odaklanma ve bütünleşmeyi ele almaktadır (Lund, 2003). Quinn ve Cameron, bu eksenleri göz önünde bulundurarak kurumsal kültürü klan, adokrasi, hiyerarşi ve pazar kültürü olmak üzere dört ayrı şekilde sınıflandırmıştır (Quinn ve Cameron, 2006).

Klan kültürü: Birbirine bağlılık, kararlara katılma, takım çalışması gibi kavramlar bu kültürün başlıca özellikleridir. Sadakat ve birbirine güven önemsenir (Bakoğlu vd. 2016). Samimi ve dostça

bir kültür hâkimdir. (Belias & Koustelios, 2014). Verimliliği önemser. İnsan kaynaklarının geliştirilmesini ve güçlendirilmesini önemser.

Adokrasi Kültürü: Yenilikçi, girişimci ve dinamiktir (Cameron & Freeman, 1991). Adokrasi kültüründe liderler genelde sezgilerine dayanarak karar alınmaktadır. Liderler yenilikçidir, gerektiğinde risk almaktan çekinmezler (Brown, 1998).

Hiyerarşi Kültürü: Kurallara ve prosedürlere uygun bir kültürdür. Sorumluluklar oldukça net belirtilmiştir. Kontrol ve komuta zinciri belirleyici özellikleridir (Yu & Wu, 2009).

Pazar Kültürü: Pazar kültüründe faaliyetler kurumun bulunduğu çevrede yönlendirilmektedir. Kurumun başarısında çevresel faktörlerin verimliliği ön planda tutulmaktadır (Eren, 2015).

HİZMETKÂR LİDERLİK ile KURUMSAL KÜLTÜR ARASINDAKİ İLİŞKİ

Bu bölümde hizmetkâr liderlik ile kurumsal kültür değişkenleri ve alt boyutları arasındaki ilişkiler sunulmuştur. Son zamanlarda geliştirilen liderlik yaklaşımları incelendiğinde “hizmet” ve “liderlik” kavramları çelişkili durmaktadır. Bu kavramları bir araya getiren hizmetkâr liderlik yaklaşımı ön plana çıkmaktadır. Hizmetkâr liderliğin amacı kendi birikimlerini doğru bir şekilde izleyenlerine aktarmasıdır. Örgütü için daha fazla çabalayarak örgütün performansına katkı sağlamaktır (Turhan, 2007).

Günümüzde çalışanlara verilen değer artması ile bu konulara önem veren liderlik teorileri de geliştirilmeye başlanmıştır. Hizmetkâr liderlik teorisi de çalışanları ve onların gelişimlerini ön planda tutan önemli teorilerin başında gelmektedir (Baltaş, 2002).

Her zaman tek bir liderlik yaklaşımının verimli olduğu söylenemez. Greenleaf (1996) “belki hizmetkâr liderler baskın olmayabilirler ama etkileri makul seviyelerde medenileşmiş bir toplumun şekillenmesine yol açabilir” demiştir. Mesela ani karar verilmesi gereken bir olayla karşı karşıya kalındığında güdümlü liderlik devreye girebilir. Çünkü böyle anlarda istişare ile zaman kaybedilecek anlar değildir. Hizmetkâr lider de bu gibi durumlarda güdümlü liderliği kullansa bile, normal şartlar dikkate alındığında güdümlü liderlik hizmetkâr liderliğin tam zıttı bir karakter sergilemektedir (Page ve Wong, 2000).

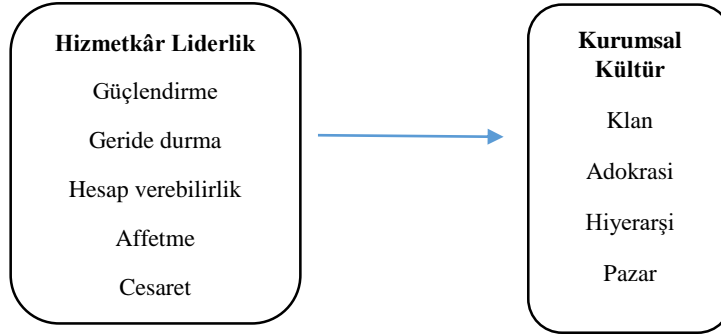
Hizmetkâr liderler, kendi hedeflerinden ziyade izleyenlerin hedeflerine öncelik vermektedirler. Böylece izleyenlerin kendilerini taklit etme durumunda kurumda hizmet etme bilinci oluşturmaktadır. (Liden v.d. 2014).

Malatya’da yapılan çalışmada hizmetkâr liderliğin kurumsal kültür üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur (Yıldırım, 2017). Araştırma kamu kurumlarında olduğundan özel sektörde bir araştırma yapılmıştır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Nicel yöntemlerden İlişkisel tarama modelinde tasarlanan bu çalışmada hizmetkâr liderliğin kurumsal kültür üzerindeki etkisi incelenmiştir. İlişkisel tarama modelinde genellikle birden çok değişken arasındaki etkileşimin varlığını ve miktarını belirlemede kullanılmaktadır. Araştırmanın bağımsız değişkenin (hizmetkâr liderlik), bağımlı değişkeni (Kurumsal kültürü) etkileyip etkilemediğine bakılmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır.

Hizmetkâr liderliğin kurumsal kültürün üzerinde etkisi var mıdır?

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

101 belgelendirme kuruluşu bulunmaktadır (<https://www.turkak.org.tr/>). Bu çalışmada özel bir Belgelendirme firmasının çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu firmanın çalışanları, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yolu ile seçilen kişilere anket uygulanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada anket kullanılmıştır. İlk bölümde demografik sorular ikinci bölümde hizmetkâr liderlik ölçeği ve üçüncü bölümde ise kurumsal kültür ölçeğine yer verilmiştir.

Hizmetkâr Liderlik Ölçeği

Çalışanların Hizmetkâr Liderlik Ölçeği algılarını ölçebilmek için gerekli ifadelerin yer aldığı Hizmetkâr Liderlik Ölçeğinden oluşmaktadır. Bu ölçek Dirk Van Dierendonck ve Inge Nuijten tarafından geliştirilmiş (2011); Duyan ve Dierendonck tarafından Türkçe 'ye uyarlanmıştır (2014). Hizmetkâr liderlik ölçeği 8 farklı boyuttan ve toplam 30 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan boyutlar ve boyutlarda yer alan ifadeler sırasıyla, güçlendirme 7, geride durma 3, hesap verebilirlik 3, affetme 3, cesaret 2, otantiklik 4, tevazu 5, sorumlu yöneticilik 3 şeklindedir.

Bu ölçekte “(1) Tümüyle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Tümüyle Katılıyorum şeklinde ifade edilen 5’li dereceleme kullanılmıştır. Ölçeğin her bir alt boyutu için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin her bir alt ölçeği için DFA analiz sonuçları uyum indekslerinin yeterli düzeyde olduğunu göstermektedir. Mevcut çalışma için hizmetkâr liderlik ve kurumsal kültür ölçeklerinin güvenilirliğini test etmek amacıyla hesaplanan Cronbach’s Alfa katsayıları hizmetkâr liderlik için 0,95 ile kurumsal kültürün güvenilirliği için 0,89 olarak bulunmuştur.

Kurumsal Kültür Ölçeği

Çalışanların kurumsal kültür algılarını ölçebilmek için gerekli ifadelerin kullanıldığı Kurumsal Kültür Ölçeğinden oluşmaktadır. Bu ölçek Cameron ve Quinn (1999) tarafından geliştirilmiştir. Öcal ve Ağca (2010)’nın Türkçeye uyarladığı klan, adokrasi (girişim), hiyerarşi ve Pazar kültürü boyutlarından oluşan 24 soruluk ölçek kullanılmıştır. Likert tipinde “(1) Tümüyle Katılmıyorum” ve “(5) Tümüyle Katılıyorum” arasında ifade edilen 5’li dereceleme ölçeği şeklinde hazırlanmıştır. Kurumsal kültür algısını ölçmek için kullanılan ölçekte birbirinden farklı dört boyut ve toplam 24 ifade yer almaktadır. Bunlar sırasıyla klan boyutu 6, adokrasi boyutu 6, pazar boyutu 6, hiyerarşi boyutu 6 ifadeden oluşan boyutlardır.

VERİLERİN ANALİZİ ve BULGULAR

Anketlerden elde edilen veriler SPSS 24 istatistik programında analiz edilmiştir. Çalışmaya katılanların % 32 si 18-25 yas, % 28’i 26-35 yas %20’si 36-40 yas %12 si 41-45 yas %8 ‘i 46 yas üzerindedir. % 57’si evlidir. % 34’ü kadındır. % 43ü 0-5 yıldır çalışmaktadır.%34’ü orta kademe yöneticidir. %18 i üs kademe yöneticidir. % 23’ü ise alt kademe yönetici ve % 25 diğer çalışanlar oluşturmaktadır

Tablo 1. Hizmetkâr Liderlik Ölçeği KMO ve Bartlett’s Test Değerleri

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri		0,896
Bartlett’s Test of Sphericity	Yaklaşık Ki kare Değeri	1.344,404
	Df	190
	Anlamlılık düzeyi	0,000

Yapılan analiz sonucunda KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü Ölçüsü) değerinin 0,896 ve iç tutarlılık değerinin 0,000 olarak hesaplanması, ayrıca ki kare değerinin 1.344,404 olması ölçeğin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Hizmetkâr liderlik ölçeği faktör içerisinde yer alan 8,9,10,20,22 numaralı sorular düşük faktör yükü değerlerine sahip olduğu için analizden çıkarılmıştır.

Tablo 2. Hizmetkâr Liderliğe Ait Faktör Analizi Sonuçları

Sorular			<i>Faktör yükü</i>
23	Tevazu 1	Yöneticim eleştirilerden ders alır.	0,740
24	Tevazu 2	Yöneticim kendi üstlerinin eleştirilerinden ders alır.	0,726
25	Tevazu 3	Yöneticim hatalarını kendi üstüne itiraf eder.	0,724
26	Tevazu 4	Yöneticim kendisinininkinden farklı görüş ve düşüncelerden ders almaya çalışır.	0,717
27	Tevazu 5	Eğer insanlar eleştiri yaparlarsa, yöneticim bu eleştirilerden ders almaya çalışır.	0,714
1	Güçlendirme 1	Yöneticim bana işimi iyi yapmam için gerekli bilgiyi verir.	0,699
2	Güçlendirme 2	Yöneticim yeteneklerimi kullanmam için beni cesaretlendirir.	0,567
3	Güçlendirme 3	Yöneticim kendimi geliştirmeme yardım eder.	0,593
4	Güçlendirme 4	Yöneticim ekibini yeni fikirler geliştirmeleri için cesaretlendirir.	0,660
5	Güçlendirme 5	Yöneticim bana işimi kolaylaştırmak için gereken karar alma yetkisini tanır.	0,642
6	Güçlendirme 6	Yöneticim bir sorun karşısında bana ne yapmam gerektiğini söylemek yerine, çözüme kendi kendime ulaşmam için yardım eder.	0,626
7	Güçlendirme 7	Yöneticim yeni beceriler kazanmam için pek çok fırsatlar sunar.	0,616
28	Sorumlu yöneticilik 1	Yöneticim bütünün iyi olmasına dikkat etmenin önemine vurgu yapar.	0,608
29	Sorumlu yöneticilik 2	Yöneticim uzun vadeli bir vizyona sahiptir.	0,607
30	Sorumlu yöneticilik 3	Yöneticim işimizin toplumsal sorumluluk yönüne vurgu yapar	0,699

14	Affetme 1	Yöneticim insanları, işlerinde yaptıkları hatalardan dolayı sürekli eleştirir.	0,642
15	Affetme 2	Yöneticim işyerinde kendini kızdıranlara karşı sert bir tavır sergiler.	0,667
16	Affetme 3	Yöneticim geçmişte yaşanmış kötü olayları unutmakta zorluk çeker.	0,699
11	Hesap verebilirlik 1	Yöneticim yürüttüğüm işten beni sorumlu kılar.	0,710
12	Hesap verebilirlik 2	Yöneticim beni, kendi performansımdan sorumlu kılar.	0,716
13	Hesap verebilirlik 3	Yöneticim beni ve iş arkadaşlarımı, bir işi yürütme şeklimizden sorumlu kılar.	0,729
17	Cesaret 1	Yöneticim kendi üstünden gelecek destekten emin değilse bile risk alır.	0,690
18	Cesaret 2	Yöneticim risk alır ve yapılması gerektiğini düşündüğü şeyi yapar.	0,670
19	Otantiklik 1	Yöneticim limitleri ve zayıflıkları konusunda açıktır.	0,599
21	Otantiklik 3	Yöneticim istenmeyen sonuçlar doğursa da kendi hislerini ifade etmeye hazırdır.	0,626

Tablo 3. Kurumsal Kültür'e ait KMO ve Bartlett's Test Değerleri

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri.		0,834
Bartlett's Test of Sphericity	Yaklaşık Ki kare Değeri	2.599,307
	Df	310
	Anlamlılık düzeyi	0,000

Ölçekte yer alan 5,6,10,11,12,14,16,18,19,22,23,24 numaralı sorular 0,50 faktör yükünün altında bulunduğu için analizden çıkarılmıştır. Yapılan analiz sonucunda KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü Ölçüsü) değerinin 0,834 ve iç tutarlılık değerinin 0,00 olarak hesaplanması, ayrıca ki kare değerinin 2.599,307 olması ölçeğin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Bu sonucun ardından ölçeği oluşturan her bir soru için açıklayıcı faktör analizi ile faktör yükleri hesaplanarak alt boyutlar oluşturulmuştur.

Tablo 4. Kurumsal Kültüre İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Sorular			<i>Faktör yükü</i>
1	Klan 1	Kurumuz, çalışanların çok şeylerini paylaştığı geniş bir aile gibidir.	0,607
2	Klan 2	Kurumumuzdaki liderlik genellikle rehberlik etme, işleri kolaylaştırma ve eğitmeyi ifade etmektedir.	0,608
3	Klan 3	Kurumumuzu bir arada tutan ve başarıya taşıyan şey, çalışanların kuruma olan bağlılıklarıdır.	0,616
4	Klan 4	Kurumumuzda çalışanların gelişimine önem verilir.	0,626
7	Adokrasi 1	Kurumumuz girişimci ve dinamik olduğu için, çalışanlar risk almaya isteklidirler.	0,642
8	Adokrasi 2	Kurumumuzdaki liderlik genellikle girişimcilik, yenilikçilik ve risk almayı ifade etmektedir.	0,660
9	Adokrasi 3	Kurumumuzu bir arada tutan şey, gelişim konusunda gösterilen kararlılıktır.	0,699
20	Hiyerarşi 2	Kurumumuzu bir arada tutan şey, biçimsel kurallar ve politikalarıdır.	0,568
21	Hiyerarşi 3	Kurumumuzda işlerin dengeli ve sorunsuz bir şekilde yapılması çok önemlidir	0,599
33	Pazar 1	Çalışanların rekabetçi odaklı olduğu kurumumuzda işler sonuca yöneliktir.	0,746
55	Pazar 3	Kurumumuzdaki liderlik, rekabetçi bir anlayışa sahiptir.	0,713
77	Pazar 5	Kurumumuzda kurumlar arası üstünlüğünün elde edilmesi çok önemlidir.	0,721

Korelasyon Analizi

Aşağıda alt boyutlar arasındaki korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5. Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kurumsal kültür												
1- Klan	1											
2- Adokrasi	0,000	1										
3- Hiyerarşi	-0,472	0,064**	1									
4- Pazar	0,500*	0,500**	0,584**	1								
Hizmetkâr Lider												
5-Güçlendirme	0,635**	0,500**	0,555**	0,720**	1							
6-Affetme	0,380**	0,282**	0,500**	0,532**	0,272**	1						
-7-Hesap Verebilirlik	0,295**	0,357**	0,385**	0,275**	0,375**	0,268**	1					
8-Tevazu	0,525*	0,570**	0,509**	0,529**	0,370**	0,275**	0,370**	1				
9-Sorumlu Yöneticilik	0,485*	0,461**	0,482**	0,615**	0,583**	0,311**	0,323**	0,341**	1			
10-Otantiklik	0,081**	0,324**	0,298**	0,292**	0,275**	0,246**	0,279**	0,359**	0,319**	1		
11-Geride Durma	0,283**	0,390**	0,293**	0,285**	0,271**	0,311**	0,323**	0,249**	0,341**	0,375**	1	
12- Cesaret	0,395**	0,349**	0,355**	0,299**	0,283**	0,269**	0,273**	0,299**	0,319**	0,321**	0,246**	1

Kurumsal kültür ile hizmetkâr liderliğin güçlendirme boyutu arasında 0,635 pozitif düzeyde, Tevazu boyutu arasında 0,525 pozitif düzeyde, otantiklik boyutu arasında 0,081 pozitif düzeyde, affetme boyutu arasında 0,380 pozitif düzeyde, sorumlu yöneticilik boyutu arasında 0,485 pozitif düzeyde, hesap verebilirlik boyutu ile 0,295 pozitif düzeyde, geride durma boyutu arasında 0,283 pozitif düzeyde, cesaret boyutu arasında 0,395 pozitif düzeydedir.

Regresyon Analizi

Aşağıda hipotezleri test etmek ve değişkenler arasındaki etki ve ilişkileri incelemek amacı ile çoklu doğrusal regresyon analizine ait sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 6. Çoklu Regresyon Model Özeti

R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahmini Standart Hata	F Anlamlılık D.	Durbin-Watson	
0,652	0,426	0,416	0,760	42,975	0,000	1,782

Regresyon modelindeki hizmetkâr liderlik bağımsız değişkenin kurumsal kültür fonksiyonunu açıklama yüzdesi %41,6' dır. F değerine ait sig. 0,000 olup F değerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. F değerinin yüksek çıkması modeldeki parametrelerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 7. Çoklu Regresyon Modeli

	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		T	Sig.	Tolerans VIF	
	B	Std. Hata	Beta					
Sabit	0,019	0,049			0,0389	0,698		
Güçlendirme	0,471	0,050	0,472*		9,484	0,00	1,000	1,00
Affetme	0,27	0,049	0,28*		6,223	0,695	1,000	1,000
Hesap Verebilirlik	0,28	0,049	0,29*		0,290	0,547	1,000	1,000

Tevazu	0,266	0,049	0,267*	5,276	0,000	1,000	1,000
Sorumlu Yöneticilik	0,351	0,050	0,352*	7,271	0,000	1,000	1,000
Otantiklik	0,22	0,049	0,23*	0,321	0,656	1,000	1,000
Geride durma	0,24	0,049	0,25*	0,296	0,525	1,000	1,000
Cesaret	0,34	0,049	0,35*	0,323	0,597	1,000	1,000

Kurumsal kültür = 0,019 + 0,472 Güçlendirme + 0,266 Tevazu + 0,351 sorumlu yöneticilik. Kurumsal kültür bir birim arttığında güçlendirme 0,471 birim artmaktadır, tevazu 0,266 birim artmaktadır ve sorumlu yöneticilik 0,351 birim artmaktadır.

Tabloda Hizmetkâr Liderliğin güçlendirme boyutuna ait kat sayının 0,472 olduğu görülmektedir. Kat sayıya ait sig. 0,000 ve 0,000 < 0,05 olduğundan kat sayı istatistiksel olarak anlamlıdır. Güçlendirme boyutu klan kültürünü 0,472 kat sayısı ile pozitif yönde etkilemektedir. H1a. Hipotezi kabul edilir. Aynı durum H7a ve H8a için de geçerlidir. H7a, H8a numaralı hipotezler kabul edilir. Diğer yandan H2a, H3a, H4a, H5a, H6a hipotezleri ret edilmiştir.

Kurduğumuz modelde beta ve anlamlılık değerlerine bakılarak hizmetkâr liderlik değişkenin kurumsal kültür değişkeni üzerinde etkisinin olup olmadığının yorumu yapılmıştır.

Tablo 8. Hizmetkâr Liderliğin Kurumsal Kültürü Etkileme Durumu

		<i>B</i>	<i>P</i>
Hizmetkâr Liderlik	Kurumsal Kültür	0,824	0.000**

Yapılan analiz sonucunda yukardaki değerlere ulaşılmıştır. Buna göre hizmetkâr liderliğin kurumsal kültürü pozitif yönde anlamlı ve 0,824 kat sayısı ile etkilediği görülmüştür. Dolayısıyla H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. Hizmetkâr Liderliğin Boyutlarının Klan Kültürü Etkileme Durumu

		<i>B</i>	<i>P</i>
Güçlendirme	Klan	0,396	0.000**
Affetme	Klan	- 0,039	0,695
Hesap verebilirlik	Klan	0,033	0,547
Tevazu	Klan	0,263	0,017
Sorumlu yöneticilik	Klan	0,195	0,023*
Otantiklik	Klan	0,026	0,656
Geride durma	Klan	0,028	0,525
Cesaret	Klan	0,039	0,597

Yukarda görüldüğü gibi hizmetkâr liderliğin güçlendirme boyutu, kurumsal kültürün klan boyutunu 0,396 katsayı derecesi ile pozitif yönde, hizmetkâr liderliğin tevazu boyutu kurumsal kültürün klan boyutunu 0,263 kat sayı derecesi ile pozitif yönde ve hizmetkâr liderliğin sorumlu yöneticilik boyutu kurumsal kültürün klan boyutunu 0,195 kat sayı derecesi ile 0,023 düzeyinde pozitif yönde etkilemektedir. Bu çerçevede H1a, H7a, H8a Numaralı hipotezler kabul edilmiştir. Hizmetkâr liderliğin affetme boyutu, kurumsal kültürün klan boyutunu -0,039 katsayı derecesi anlamlı düzeyde etkilememektedir. Yani klan kültürüne sahip bir kurumda hizmetkâr liderliğin affetme davranışında bulunması kurumun sahip olduğu kültürü etkilememektedir. Aynı durum hesap verebilirlik, otantiklik, geride durma ve cesaret boyutlarında da geçerlidir. Dolayısıyla H2a, H3a, H4a, H5a, H6a hipotezleri ret edilmiştir.

Tablo 10. Hizmetkâr Liderliğin Boyutlarının Adokrasi Kültürü Etkileme Durumu

		<i>B</i>	<i>P</i>
Güçlendirme	Adokrasi	0,431	0.000**
Affetme	Adokrasi	-0,197	0.000**
Hesap verebilirlik	Adokrasi	0,211	0.000**
Tevazu	Adokrasi	0,291	0.000**

Sorumlu yöneticilik	Adokrasi	0,376	0,023*
Otantiklik	Adokrasi	- 0,178	0.018*
Geride durma	Adokrasi	0,226	0.000*
Cesaret	Adokrasi	-0,172	0,021*

Yukarda görüldüğü gibi hizmetkâr liderliğin güçlendirme boyutu, kurumsal kültürün adokrasi boyutunu 0,431 katsayı derecesi ile pozitif yönde, hizmetkâr liderliğin tevazu boyutu kurumsal kültürün adokrasi boyutunu 0,291 katsayı derecesi ile pozitif yönde ve hizmetkâr liderliğin sorumlu yöneticilik boyutu kurumsal kültürün adokrasi boyutunu 0,376 katsayı derecesi ile pozitif yönde, hizmetkâr liderliğin hesap verebilirlik boyutu kurumsal kültürün adokrasi boyutunu 0,211 katsayı derecesi ile pozitif yönde, hizmetkâr liderliğin geride durma boyutu kurumsal kültürün adokrasi boyutunu 0,226 katsayı derecesi ile pozitif yönde etkilemektedir. Bu çerçevede H1b, H2b, H3b, H7b, H8b, Numaralı hipotezler kabul edilmiştir. Hizmetkâr liderliğin affetme boyutu, kurumsal kültürün adokrasi boyutunu -0,197 katsayı derecesi anlamlı düzeyde etkilememektedir. Yani adokrasi kültürüne sahip bir kurumda hizmetkâr liderliğin affetme davranışında bulunması kurumun sahip olduğu kültürü etkilememektedir. Aynı durum otantiklik ve cesaret boyutlarında da geçerlidir. Dolayısıyla H4b, H5b, H6b hipotezleri ret edilmiştir.

Tablo 11. Hizmetkâr Liderliğin Boyutlarının Hiyerarşi Kültüre Etkisi

		<i>B</i>	<i>P</i>
Güçlendirme	Hiyerarşi	0,375	0.000**
Affetme	Hiyerarşi	-0,028	0,596
Hesap verebilirlik	Hiyerarşi	0,037	0,547
Tevazu	Hiyerarşi	0,276	0,017
Sorumlu yöneticilik	Hiyerarşi	0,227	0,029*
Otantiklik	Hiyerarşi	0,023	0,682
Geride durma	Hiyerarşi	0,025	0,561
Cesaret	Hiyerarşi	0,041	0,625

Hizmetkâr liderliğin güçlendirme boyutu, kurumsal kültürün hiyerarşi boyutunu 0,375 katsayı derecesi ile pozitif yönde, hizmetkâr liderliğin tevazu boyutu kurumsal kültürün hiyerarşi boyutunu 0,276 kat sayı derecesi ile pozitif yönde ve hizmetkâr liderliğin sorumlu yöneticilik boyutu kurumsal kültürün hiyerarşi boyutunu 0,227 katsayı derecesi ile pozitif yönde etkilemektedir. Bu çerçevede H1c, H7c, H8c Numaralı hipotezler kabul edilmiştir. Hizmetkâr liderliğin affetme boyutu, kurumsal kültürün hiyerarşi boyutunu -0,028 katsayı derecesi anlamlı düzeyde etkilememektedir. Yani hiyerarşi kültürüne sahip bir kurumda hizmetkâr liderliğin affetme davranışında bulunması kurumun sahip olduğu kültürü etkilememektedir. Aynı durum hesap verebilirlik, otantiklik, geride durma ve cesaret boyutlarında da geçerlidir. Dolayısıyla H2c, H3c, H4c, H5c, H6c hipotezleri ret edilmiştir.

Tablo 12. Hizmetkâr Liderliğin Boyutlarının Pazar Kültürü Etkileme Durumu

		B	P
Güçlendirme	Pazar	0,599	0.000**
Affetme	Pazar	-0,033	0.000**
Hesap verebilirlik	Pazar	0,032	0.000**
Tevazu	Pazar	0,299	0.000**
Sorumlu yöneticilik	Pazar	0,277	0,033*
Otantiklik	Pazar	0,019	0.027*
Geride durma	Pazar	0,021	0.000*
Cesaret	Pazar	0,037	0,029*

Hizmetkâr liderliğin güçlendirme boyutu, kurumsal kültürün pazar boyutunu 0,599 katsayı derecesi ile pozitif yönde, hizmetkâr liderliğin tevazu boyutu kurumsal kültürün pazar boyutunu 0,299 kat sayı derecesi ile pozitif yönde ve hizmetkâr liderliğin sorumlu yöneticilik boyutu kurumsal kültürün pazar boyutunu 0,277 katsayı derecesi ile pozitif yönde etkilemektedir. Bu çerçevede H1d, H7d, H8d Numaralı hipotezler kabul edilmiştir. Hizmetkâr liderliğin affetme boyutu, kurumsal kültürün pazar boyutunu -0,033 katsayı derecesi anlamlı düzeyde etkilememektedir. Yani pazar kültürüne sahip bir kurumda hizmetkâr liderliğin affetme davranışında bulunması kurumun sahip olduğu kültürü etkilememektedir. Aynı durum hesap verebilirlik, otantiklik, geride durma ve cesaret boyutlarında da geçerlidir. Dolayısıyla H2d, H3d, H4d, H5d, H6d hipotezleri ret edilmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Hizmetkâr liderliğin kurumsal kültürün üzerindeki etkisini incelemek için gerçekleştirilen bu çalışmada Belgelendirme firması çalışanları olan toplam 266 kişiden anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır.

Hizmetkâr liderliğin boyutlarına ilişkin ifadelerin genel ortalama değerlerine bakıldığında en düşük değere sahip boyutun otantiklik boyutu olduğu görülmektedir. Araştırma yapılan kuruluştta önderlerin risk almakta isteksiz davrandığını, istenmeyen sonuçlar ortaya çıktığında hislerini yansıtmakta zorlandığını göstermektedir.

Bu çalışmada hizmetkâr liderliğin kurumsal kültürü etkileyip etkilemediğine bakılmıştır. Analiz sonucunda hizmetkâr liderlik kurumsal kültürü 0,824 katsayı ve 0,000 anlamlı derecesiyle pozitif yönde anlamlı etkilediği görülmüştür.

Çalışanların algısına göre araştırma yapılan kuruluştta pazar kültürü hâkimdir. Piyasada önemli bir yere sahip olmak için çok çaba gösterilir. Çevresel etkilerin verimliliği ön planda tutulmaktadır. Firmada rekabete önem veren, sert yönetici, yarışmacı, karlılığı önemseyen ve verimliliğin müşteri odaklı olduğu ve firmanın diğer firmalardan üstünlüğünün olması önemsendiği bulunmuştur.

Güçlendirmenin hizmet sektörü gibi hızlı karar verilmesi gereken bir alanda çalışanların işi yapmaları için gerekli bilgilerin verilmesi, yeteneklerini kullanması için cesaretlendirmesi olması beklenen bir durumdur.

Çalışmada kurumsal kültürün hiyerarşi boyutu -0,472 çıkmıştır. Bunun sebebi hizmetkâr liderliğin bürokrasiyi ve hiyerarşiyi kaldırması olarak düşünülebilir. Diğer boyutları olan klan, adokrazi ve pazar boyutları pozitif çıktığından hizmetkâr liderliğin boyutları tarafından desteklenmektedir.

Bu araştırma özel sektörde çalışan iş görenler üzerinde yapılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın bulguları özel sektör çalışanları ile sınırlıdır. Kamu sektörü çalışanları ile ilgili araştırmalar mevcuttur. Özel ve kamu sektör çalışanlarının bir arada ele alındığı çalışma yapılabilir.

Bu çalışma özel bir şirket bünyesinde çalışan personelin kurumsal kültür ve hizmetkâr liderlik algıları değerlendirilerek yapılmıştır. Kesitsel zaman aralığında veriler toplanarak yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar bu kapsamda değerlendirilmiştir. Kesitsel çalışmalarda belirlenen örneklem kitlesinden bir kere veri alarak analiz edildiğinde konu ile ilgili yapılacak araştırmalarda farklı alanlarda hizmet veren kurumlardaki çalışanlar örneklem olarak seçilerek çalışmanın genellemesi artırılabilir.

Bu çalışma Türk kültüründe çalışanlar üzerinde uygulanmıştır. Farklı ülkelerdeki çalışanlardan örneklem alınarak hizmetkâr liderlik ile kurumsal kültür arasındaki ilişkiler farklı bir çalışmanın konusu olabilir. Araştırma için yapılacak en belirgin önerilerden bir tanesi daha yüksek sayıda örneklem ile yinelenmesi olabilir.

KAYNAKÇA

- Bakoğlu, R., Aşkun B. ve Yıldırım H. (2016). *Türkiye’de kamu kurum kültürü*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Baltaş, A. (2002). *Ekip çalışması ve liderlik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Belias, D. ve Koustelios A. (2014). Organizational culture and job satisfaction: a review. *International Review of Management and Marketing*, 4(2), 132-149.
- Brown, A. (1998). *Organizational Culture* 2nd edition. London: Financial Times Pitman Publishing.
- Cameron, K. ve Freeman, S. (1991). *Cultural congruence, strength and type: relationships to effectiveness*. *Organizational Change and Development*, (5), 23-58.
- Carroll, T. L. (2005). Leadership skills and attributes of women and nurse executives: challenges for the 21st century. *Nursing Administration Quarterly*, 29(2), 146-153.
- Cinnioğlu, H. (2019). Hizmetkâr liderlik davranışının örgütsel özdeşleşme ve iş gören performansı üzerine etkisi: restoran çalışanları üzerinde bir inceleme, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 2902-2911.
- Daft, R.L. (2008). *Management*. South-Western California: College Pub.
- Davenport, T. (2014). *Big data at work: dispelling the myths, uncovering the opportunities*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Deal, T. E. ve A. A. Kennedy (1982). *Corporate culture: the rites and rituals of corporate life*. Massachusetts: Addison Wesley.
- Diñer, M. K. ve Bitirim, S. (2012). Kurum kültürü çalışmalarında hizmetkâr liderlik anlayışı ile değer yaratmak, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(28) , Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22861/244106>
- Duyan, E. ve Van Dierendonck, D. (2014). *Hizmetkâr liderliği anlamak: teoriden ampirik araştırmaya doğru*. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (49).
- Eren, E. (2015). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*. 15. Basım, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Fındıkcı, İ. (2009). *Bir gönül yolculuğu hizmetkâr liderlik*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Greenleaf, R. K. (1998). *The power of servant-leadership: Essays*. Oakland: Berrett-Koehler Publishers.
- Hofstede, G. (1998). Identifying organizational subcultures: an empirical approach. *Journal of Management Studies*, 35(1), 1-12.
- <https://www.turkak.org.tr> (Erişim Tarihi 17.10.2022)
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Liao, C., ve Meuser, J. D. (2014). Servant leadership and serving culture: influence on individual and unit performance. *Academy of Management Journal*, 57(5), 1434-1452.
- Lund, D.B. (2003). Organizational culture and job satisfaction. *The Journal of Business and Industrial Marketing*, 18(3), 219-236
- Öcal, H. ve Ağca, V. (2010). Teknolojik değişim hızına bağlı olarak farklılaşan endüstri yapılarının örgüt kültürü ve işletme performansı üzerindeki etkileri. *Ege Academic Review*, 10(1).
- Page, D., ve Wong, T. P. (2000). A conceptual framework for measuring servant leadership. *The Human Factor in Shaping the Course of History and Development*, 69-110.
- Pettigrew, A. M. (1979). On studying organizational cultures, *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 570-581.

- Turhan, M. (2007). Genel ve mesleki lise yöneticilerinin etik liderlik davranışlarının okullardaki sosyal adalet üzerindeki etkisi, Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Quinn, R. E., & Cameron, K. (1983). Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness: some preliminary evidence. *Management Science*, 29(1), 33-51.
- Van Dierendonck D, Nuijten I. (2011). The servant leadership survey (sls): development and validation of a multidimensional measure, *Journal of Business Psychology*, (26), 249-267.
- Yıldırım, A. (2017) Kurumsal kültürün oluşumu ve sürdürülebilirliğinde hizmetkâr liderliğin rolüne ilişkin bir araştırma, Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yönetim Bilimleri Bilim Dalı, Malatya.
- Yu, T., & Wu, N. (2009). A review of study on the competing values framework. *International Journal of Business and Management*, 4(7), 37-42.
- Yukl, A. Gary. (1989). *Leadership in organizations*. New Jersey: Prentice Hall.

Geliş Tarihi:

18.06.2022

Kabul Tarihi:

08.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Yılmaz, T. (2022). Makroekonomik göstergeler ve firmaya özgü finansal değişkenlerin sermaye yapısı üzerindeki etkisi: Teknoloji şirketleri üzerine linear ve panel regresyon analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1304-1319. doi: 10.46928/iticusbe.1132516

MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER VE FİRMAYA ÖZGÜ FİNANSAL DEĞİŞKENLERİN SERMAYE YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TEKNOLOJİ ŞİRKETLERİ ÜZERİNE LİNEAR VE PANEL REGRESYON ANALİZİ

Araştırma

Tuncer Yılmaz 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Kafkas Üniversitesi

yilmaz-tuncer@hotmail.com

Tuncer Yılmaz, finans alanında doktora derecesine sahiptir. Alanında birçok kitap ve makale kaleme alan Yılmaz, Kafkas Üniversitesinde Öğretim Üyesidir. Sermaye piyasaları, finansal performans, davranışsal finans, risk, bankacılık alanlarında araştırmalar yayınlamaktadır. Finansal yatırım araçları, uluslararası finansal kuruluşlar, finansal yönetim ve bilimsel araştırma yöntemleri alanlarında dersler vermektedir.

MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER VE FİRMAYA ÖZGÜ FİNANSAL DEĞİŞKENLERİN SERMAYE YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TEKNOLOJİ ŞİRKETLERİ ÜZERİNE LİNEAR VE PANEL REGRESYON ANALİZİ¹

Tuncer YILMAZ
yilmaz-tuncer@hotmail.com

Özet

Amaç: Çalışmanın amacı, BIST (Borsa İstanbul) Teknoloji sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin sermaye yapısına etki eden makroekonomik ve firmaya özgü göstergelerin iki farklı regresyon yöntemi ile tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem: Çalışmada makroekonomik ve firmaya özgü göstergelerin teknoloji firmalarının sermaye yapılarına etkilerinin tespitinde linear ve panel regresyon analiz yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analizlerde, 2010:Q1-2021:Q3 dönemine ait makroekonomik göstergeler ve şirketlere özgü finansal değişkenler kullanılmıştır. Çalışmada sermaye yapısı değişkenleri olarak; kısa vadeli kaldıraç oranı, uzun vadeli kaldıraç oranı ve toplam kaldıraç oranı, firmaya özgü değişkenler olarak; cari oran, toplam aktifler, toplam varlıklardaki değişim, net satışlardaki değişim, varlık yapısı, aktif kârlılık, makroekonomik gösterge olarak; ticari kredi faiz oranı ve dolar kuru alınmıştır.

Bulgular: Linear ve panel regresyon analizlerinde ortaya çıkan bulgularda, firmaya özgü ve makro göstergelerin en fazla ve önemli etki katsayılarının şirketlerin toplam borç sermaye yapısı değişkeni üzerinde olduğu, ikinci sırada kısa vadeli borç, üçüncü sırada ise uzun vadeli borç sermaye yapısı değişkeni olduğu görülmüştür.

Özgünlük: Bu çalışmada hem linear hem de panel regresyonun birlikte kullanılması, örneklem olarak teknoloji sektörünün verilerinin kullanılması, sektörün sermaye yapısını en çok etkilediği düşünülen makro ve firmaya özgü değişkenlerin birlikte kullanılması, çeyrek dönem verilerle çalışılması bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran başlıca farklılıklar olduğunu söyleyebiliriz.

Anahtar Kelimeler: Sermaye Yapısı, Teknoloji Şirketleri, Linear Regresyon, Panel Regresyon

JEL Sınıflandırması: E4, L25, M21

¹ Bu çalışma, 12-13 Mayıs tarihleri arasında İstanbul Gelişim Üniversitesinde düzenlenen Gelisim-UWE 2022 Ekonomi ve Finans Konferansı'nda sunulan özeti genişletilmiş tam metnidir.

THE EFFECT OF MACROECONOMIC INDICATORS AND FIRM-SPECIFIC FINANCIAL VARIABLES ON CAPITAL STRUCTURE: LINEAR AND PANEL REGRESSION ANALYSIS ON TECHNOLOGY COMPANIES

Abstract

Purpose: The aim of the study is to determine the macroeconomic and firm-specific indicators that affect the capital structure of companies operating in the BIST (Borsa Istanbul) technology sector with two different regression methods.

Method: In the study, the effects of macroeconomic and firm-specific indicators on the capital structures of technology companies were analyzed by linear and panel regression. In the analyzes made, macroeconomic indicators and company-specific financial variables for the period 2010:Q1-2021:Q3 were used. As capital structure variables in the study; short-term leverage ratio, long-term leverage ratio and total leverage ratio as firm-specific variables; current ratio, asset structure, total assets, change in total assets, change in net sales, return on assets, as macroeconomic indicators; commercial loan interest rate and dollar exchange rate were taken.

Findings: In the findings that emerged in the linear and panel regression analyzes, the highest and most important effect coefficients of firm-specific and macro indicators are on the total debt ratio variable of the companies, short-term debt ratio in second place, in the third rank, long-term debt ratio capital structure variable was observed.

Originality: In this study, we can say that the use of both linear and panel regression together, the use of data from the technology sector as a sample, the use of macro and firm-specific variables that are thought to affect the capital structure of the sector most, and the use of quarterly data are the main differences that distinguish this study from other studies.

Keywords: Capital Structure, Technology Companies, Linear Regression, Panel Regression

JEL Classification: E4, L25, M21

GİRİŞ

Sermaye yapısı, bir şirketin genel operasyonlarını ve büyümesini finanse etmek için kullandığı kısa ve uzun vadeli borç ile özsermaye kalemlerinin toplamından oluşmaktadır. Şirket bilançosunda yer alan özsermaye kalemi, şirketin sahiplik paylarından doğar ve gelecekteki nakit akışları ve kârları üzerinde hak iddia eden bir varlık türüdür. Borç kalemleri, tahvil ihraçları veya banka kredileri şeklinde, özsermaye kalemi ise adi hisse senedi, imtiyazlı hisse senedi veya birikmiş kazançlar şeklinde alınan bir kaynak (veya faizsiz bir sermaye) türüdür. Farklı endüstrilerde veya büyüklükte faaliyet gösteren firmalar kendi karakteristik yapılarına daha uygun sermaye yapılarına sahiptirler. Örneğin, otomotiv, demir çelik, enerji imalatı gibi emeğe göre sermaye kullanımı daha yoğun olan endüstriler daha fazla borç kullanabilirken, yazılım şirketleri, tekstil sektörü gibi emek yoğun firmalar ise özsermayeye öncelik verebilirler (Tuovila, 2021).

Finans literatüründe sermaye yapısı için en temel teori Modigliani ve Miller (1958, 1963) tarafından açıklanan ve oldukça yankı uyandıran teoridir. Modigliani ve Miller (1958) teorilerinde, kurumlar vergisi oranının sıfır olduğunu varsayarak, sermaye yapısının firma değeriyle alakasız olduğunu, başka bir deyişle firmanın sermaye yapısını değiştirerek değerini artırma yolunun bulunmadığını iddia etmektedirler. Modigliani ve Miller (1963) araştırma modeline kurumlar vergisini dâhil ederek, sermaye yapılarında daha fazla borcu olan firmaların piyasa değeri, sermaye yapısında borcu olmayan firmaların piyasa değerinden kurumlar vergisi kadar daha fazla bir değere eşit olduğunu tespit etmişlerdir. Özetle, Modigliani ve Miller (1963) yaptıkları çalışmada sermaye yapısının firmanın piyasa değerini etkilediğini göstermişlerdir. Modigliani ve Miller (1958), borç ve özsermaye finansmanı arasındaki seçimin, firmanın değeri veya sermayenin maliyeti üzerinde önemli bir etkisi olmadığını kanıtlamışlardır (Gul ve Cho, 2019).

Modigliani ve Miller 1958'de *American Economic Review*'de yayınladıkları bu teorilerinde, vergi unsurunun söz konusu olmadığı etkin piyasa koşullarında, bir şirketin piyasa değerinin sermaye yapısından bağımsız olduğu, başka bir deyişle üzerinde bir etkisinin olmadığı ve optimal sermaye yapısına ulaşamayacağını ileri sürmüşlerdir. Dolayısıyla optimal sermaye yapısının belirlenmesi o zamandan beri finans literatüründe en tartışmalı konulardan biri olmuştur. Bu sonuç, Schwartz (1959) tarafından benimsenen optimal finansman kararlarına ilişkin geleneksel bakış açısından radikal bir ayrılmayı temsil etmektedir. Optimal sermaye yapısıyla ilgili devam eden tartışmalar, birçok araştırmacıyı bu farklı görüşleri incelemeye ve üstünlüklerini karşılaştırmaya motive etmiştir. Bu alanda Robichek ve Myers'in (1965) yaptıkları çalışma bu konuda örnek bir çalışma olarak gösterilebilir (Ryen vd., 1997).

Neoklasik faktör talebi teorisi, firmanın temel amacı hissedarların sahip olduğu özsermayenin değerini maksimize etmek olduğu ve böylece birçok farklı kurumsal kontrol sorununu ortadan kaldırmak gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca hissedarların risksiz olduğu varsayılır; dolayısıyla firmanın gerekli getiri oranını dikkate alan herhangi bir risk dikkate alınmamaktadır. Firma tam

rekabetçi bir piyasada ve mükemmel işleyen bir sermaye piyasasında işlem gördüğünü vurgulamakta, başka bir ifade ile simetrik bilgi altında faaliyet göstermektedir. Çoğu finansal karar alma ve mükemmel bir sermaye piyasasında hem sermaye yapısının hem de temettü politikasının piyasa değerini etkilemediğini doğrulayan çalışmalar Modigliani ve Miller'in "sermaye yapısının bağımsızlığı" teoremine dayanmaktadır. Modigliani ve Miller'in teoremi, borç alanlar ile borç verenler arasında asimetrik bilgi, başka bir deyişle yöneticiler ile hissedarların zıt hedeflerinden kaynaklanan vekâlet maliyetlerinin varlığına dayanmaktadır. Myers'e (1977) göre sermaye yapısı, görünür bir piyasa kusuru olmaksızın bile yatırım kararlarını etkileyebileceğini ifade etmektedir. Firma için sermaye maliyeti firmanın finansal yapısı tarafından değil, piyasalar tarafından belirlenmektedir (Kalantonis vd., 2021).

Jensen ve Meckling (1976) teorilerinde üç unsur ileri sürmüşlerdir. Birincisi, borcun vekalet maliyetini borcun yararına takas ederek optimal bir sermaye yapısının elde edilebileceğini ileri sürmüşlerdir. İkincisi, diğer tüm şartlar sabit olduğunda varlık ikamesi fırsatlarının daha sınırlı olduğu endüstriler daha yüksek borç seviyelerine sahip olacaktır. Bu nedenle teori, düzenlenmiş kamu hizmetlerinin, bankaların ve az sayıda büyüme fırsatına sahip sermaye yoğun endüstrilerdeki firmaların daha fazla kaldıraçlı olacağı tahmin edilmektedir. Üçüncüsü, yavaş ve hatta negatif büyümenin optimal olduğu ve operasyonlardan büyük nakit girişleri olan firmaların daha fazla borcu olmalıdır. Teori, çelik, kimya, enerji gibi endüstrilerin yüksek kaldıraç ile karakterize edilmesi gerektiği savunmaktadır (Harris ve Raviv, 1991).

Modigliani ve Miller'in teorisinden sonra, "dengeleme teorisi", "finansman hiyerarşisi teorisi", "serbest nakit akış teorisi" gibi birçok teori geliştirilmiştir. Ancak, borç-özsermaye seçiminde evrensel olarak fikir birliği sağlanan bir teori yoktur. Zira, böyle bir teori beklemek için hiçbir sebepten yoktur. Bu teorilerden biri olan dengeleme teorisi, vergi ödeyen firmalar tarafından ılımlı borçlanmayı öngörmekte ve yabancı kaynak kullanımının sağladığı vergi avantajı ile finansal sıkıntı maliyeti arasında yapılan dengelemeye dayanmaktadır. Finansman hiyerarşisi teorisi, firmanın içsel nakit akışı sermaye harcamalarını finanse etmek için yeterli olmadığında, özsermaye ihraç etmek yerine borçlanmaya gideceğini ifade etmektedir. Böylece alınan borç miktarı, firmanın dış fonlara olan kümülatif ihtiyacını yansıtacaktır. Serbest nakit akışı teorisi, bir şirketin faaliyetlerinden kaynaklı nakit akışı kârlı yatırım fırsatlarını önemli ölçüde aştığında, finansal sıkıntı tehdidine rağmen tehlikeli derecede yüksek borç seviyelerinin değerini artıracığını ileri sürmektedir. Serbest nakit akışı teorisi, aşırı yatırım yapmaya eğilimli olgun firmalar için tasarlanmıştır (Myers, 2001).

Asimetrik bilgi yaklaşımı teorisi, özel bilgileri sermaye piyasalarına iletmek veya ters seçim etkilerini azaltmayı esas almaktadır. Asimetrik bilgi yaklaşımı, özel bilgilerin açık bir şekilde modellenmesinin ekonomiye girişi, sermaye yapısını açıklamaya yönelik bir dizi yaklaşımı dikkate almayı mümkün kılmıştır. Bu teoride, firma yöneticilerinin veya içerdekilerin, firmanın getiri akışının veya yatırım fırsatlarının özellikleri hakkında özel bilgilere sahip olduklarını varsaymaktadır. Bir dizi yaklaşım ile

firmanın sermaye yapısının seçimi, dışarıdaki yatırımcılara içerdekilere ait bilgilerin sinyalini vermektedir. Bu araştırma süreci Ross (1977), Leland ve Pyle'in (1977) çalışmalarıyla başlamıştır. Bir diğeri de sermaye yapısı, bilgi asimetrisinden kaynaklanan firmanın yatırım kararlarındaki verimsizlikleri azaltmakla ilgili alan Myers ve Majluf (1984) ve Myers (1984) ile başlamış ve ilgili literatür tasarlanmıştır (Harris ve Raviv, 1991).

Sermaye yapısıyla ilgili yurtdışı literatürde; Ross (1977), Marsh (1982), Harris ve Raviv (1991), Demirguc-Kunt ve Maksimovic (1996), Wald (1999), Bevan ve Danbolt (2000), Bauer (2004), Deesomsak vd. (2004), De Jong vd. (2008), Frank ve Goyal (2009), Proença vd. (2014), Zein ve Ångström (2016), Daskalakis vd. (2017), Martin ve Saona (2017), Kalantonis vd.'ne (2021) ait çalışmalar incelenmiştir. Yurtiçi literatürde ise, Ozkan (2001), Demirhan (2009), Ata ve Ağ (2010), Güner (2016), Cansız ve Sayılğan (2017), Topaloğlu (2018), Yılmaz ve Aslan (2020), Yücedağ Erdinç ve Sayılğan (2020), Akay ve Nur (2022) tarafından yapılan çalışmalar incelenmiştir. İncelenen bu çalışmalarda araştırmacıların bazıları ampirik uygulamalarında sadece işletmeye özgü içsel değişkenleri kullanırken, bazıları ise hem içsel hem de dışsal değişkenleri birlikte kullanmıştır. Yapılan analizlerde, bazı çalışmalarda benzer, bazı çalışmalarda ise farklı sonuçların elde edildiği görülmüştür. Bu durum, araştırmacıların çalışmalarında kullandıkları değişkenler, inceleme dönemi, örneklem, ülke veya ekonometrik modellerden kaynaklı olabilir.

Bu çalışmada, BIST teknoloji sektöründe faaliyet gösteren ve 2010:Q1-2021:Q3 döneminde verileri süreklilik arz eden şirketlerin sermaye yapılarının firmaya özgü finansal değişkenler ve ülkenin makroekonomik göstergelerinden nasıl etkilendiği incelenmiştir. Çalışmada yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisinin varlığını ve yönünü analiz ederken, hem Linear hem de Panel Tesadüfi Etkiler Regresyon yöntemi kullanılmıştır. Bu sayede, finansal ekonometri çalışmalarda araştırmacılar tarafından yaygın olarak kullanılan bu iki regresyon yönteminden elde edilen bulguları karşılaştırma imkânına sahip olmuş oluruz. Ayrıca yapılan literatür incelemesinde, Türkiye örneğinde teknoloji şirketleri üzerine hem Linear hem de Panel Tesadüfi Etkiler regresyon yöntemlerini birlikte kullanarak yapılan her hangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda, gerek çalışmanın örnekleme, gerek verilerin analizinde kullanılan ekonometrik yöntemler gerek işletme içi ve işletme dışı değişkenlerin birlikte kullanılması bu çalışmayı diğerlerinden ayırmaktadır. Çalışma şu şekilde kurgulanmıştır. Önce sermaye yapısı, sermaye yapısı teorileri ve ilgili literatüre yer verilmiştir. Daha sonra araştırmanın veri seti, yöntemi, modelleri ve regresyon analizlerden elde edilen istatistiki bulgular özetlenmiştir. Son olarak, sonuç ve genel bir değerlendirme şeklinde çalışma sonlandırılmıştır.

VERİ SETİ VE YÖNTEM

Finans literatüründe şirketlerin sermaye yapıları ve optimum sermaye yapısının varlığıyla ilgili finansal kararların nasıl alındığı özellikle şirket finansmanı araştırmacıları tarafından çok çalışılan önemli konulardan biridir. Konun önemine binaen bu çalışmada, BIST teknoloji sektöründe faaliyet

gösteren şirketlerin sermaye yapılarını (veya kaldıraçlarını) etkileyen işletme içi ve işletme dışı makro göstergelerin tespiti amaçlanmaktadır.

Kaldıraç oranları, bir ticari işletmenin bilançosunda, gelir tablosunda veya nakit akış tablosunda başka hesaplara karşı maruz kaldığı borç düzeyini gösteren veya şirketin varlıklarının ve ticari faaliyetlerinin nasıl finanse edildiğini gösteren finansal oranlardır. Bu finansal oranlar, hem şirketin ödünç alınan parayı ne ölçüde kullandığını hem şirketin ödeme gücünü hem de sermaye yapısını değerlendiren finansal göstergelerdir. Borcun yüksek olması şirketin riskini artırırken, özsermayenin büyük olması ise şirketin büyüme fırsatlarını değerlendirmedeği şeklinde yorumlanmaktadır. Bir şirketin sermaye yapısının yüksek kaldıraca sahip olması şirket açısından riskli de olabilir fayda da sağlayabilir. Bir şirket kâr elde ettiği dönemlerde kaldıraç kullanımının büyümesi şirket açısından faydalıdır. Ancak şirketin kârlılıkta bir düşüş yaşaması durumunda kaldıraç oranının yüksek olması bazı finansal sorunlar üretecektir. Örneğin, kaldıraçsız veya daha az kaldıraçlı bir şirkete göre daha yüksek bir temerrüt riski altında kalabilir (CFI, 2022).

Çalışmada, 2010:Q1-2021:Q3 döneminde BIST teknoloji sektöründe sürekli olarak hisseleri halka arz olan şirketler alınmıştır. Yapılan araştırmada ilgili dönemde 14 şirketin (çalışma kapsamında yer alan şirketler Ek 1’de yer almaktadır) verilerinin süreklilik gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmada kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ve hesaplanma yöntemleri Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Çalışmada Yer Alan Değişkenlere Ait Açıklamalar

Değişkenler	Kısaltımı	Hesaplanması
Bağımlı		
Kısa vadeli borç oranı	KVBO	Kısa vadeli borçlar/Toplam varlıklar
Uzun vadeli borç oranı	UVBO	Uzun vadeli borçlar/Toplam varlıklar
Toplam borç oranı	TBO	Toplam borçlar/Toplam varlıklar
Bağımsız		
Kârlılık	AKO	Dönem sonu net kâr/Toplam aktifler
Likidite	CAO	Dönen varlıklar/Kısa vadeli yabancı kaynaklar
Varlık yapısı	VYAP	Duran varlıklar/Toplam varlıklar
İşletme büyüklüğü	TV	Toplam varlıkların (aktiflerin) doğal logaritması
İşletmenin büyüme fırsatları	TVYD	Toplam varlıklardaki yüzde değişim
İşletmenin büyüme fırsatları	SYD	Net Satışlardaki yüzde değişim
Faiz oranı	TKFO	Bankalarca açılan ticari kredilere uygulanan ağırlıklı ortalama faiz oranı (TL)
Döviz kuru	DKUR	Dolar TL kuru

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 6 adet işletmeye özgü (AKO, CAO, VYAP, TV, TVYD, SYD) ve teknoloji firmaları üzerinde etkileri en çok olabileceği düşünülen 2 adet işletme dışı makro (TKFO, DKUR) değişken kullanılmıştır. İşletmeye özgü içsel değişkenler işletmeler tarafından yönetilebilen ve sistematik olmayan riskler olarak bilinirken, işletme dışı riskler ise makroekonomik piyasa koşullarına bağlı olarak değişebilen ve işletme yönetimi tarafından tahmin edilmesi ve yönetilmesi

zor olan sistematik risk unsurlarını temsil etmektedir. Çalışmada bu değişkenlere ait 47 çeyrek (Quarterly-Q) dönemlik (her bir değişkene ait 658 gözlem) veri ile çalışılmıştır. Firmaya özgü veriler Finnet Analiz Expert (www.finnet.com.tr) veri indirme sisteminden, yöneticilerin kontrolü dışında yer alan ve sermaye yapısı kararlarında etkili olan ticari kredi faiz oranı, dolar TL kur verileri ise Türkiye Cumhuriyeti Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) alınmıştır.

Bu çalışmada, Tablo 1'de de yer aldığı üzere hem içsel hem de dışsal değişkenler tercih edilmiştir. Çalışmanın örnekleminde yer alan 14 teknoloji firmasının 2010:Q-2021:Q3 dönemine ait kaldıraç oranları ile işletmenin finansal ve ülkenin makroekonomik göstergeleri arasındaki ilişkinin varlığı ve yönünü tespit etmek için kurulan hipotezler ve regresyon modelleri aşağıda yer almaktadır.

Araştırmada cevapları aranan hipotezler şu şekilde kurulmuştur:

H_0 = Makroekonomik göstergeler ve firmaya özgü finansal değişkenlerin sermaye yapısı üzerindeki etkisi anlamlı değildir

H_1 = Makroekonomik göstergeler ve firmaya özgü finansal değişkenlerin sermaye yapısı üzerindeki etkisi anlamlıdır

Linear ve panel regresyon analiz yöntemine ait 3 farklı regresyon modeli aşağıdaki şekilde kurulmuştur.

Model 1:

$$KVBO_{it} = \delta_i + \gamma_1(AKO_{it}) + \gamma_2(CAO_{it}) + \gamma_3(VYAP_{it}) + \gamma_4(TV_{it}) + \gamma_5(TVYD_{it}) + \gamma_6(SYD_{it}) + \gamma_7(TKFO_t) + \gamma_8(DKUR_t) + \varepsilon_{it}$$

Model 2:

$$UVBO_{it} = \delta_i + \gamma_1(AKO_{it}) + \gamma_2(CAO_{it}) + \gamma_3(VYAP_{it}) + \gamma_4(TV_{it}) + \gamma_5(TVYD_{it}) + \gamma_6(SYD_{it}) + \gamma_7(TKFO_t) + \gamma_8(DKUR_t) + \varepsilon_{it}$$

Model 3:

$$TBO_{it} = \delta_i + \gamma_1(AKO_{it}) + \gamma_2(CAO_{it}) + \gamma_3(VYAP_{it}) + \gamma_4(TV_{it}) + \gamma_5(TVYD_{it}) + \gamma_6(SYD_{it}) + \gamma_7(TKFO_t) + \gamma_8(DKUR_t) + \varepsilon_{it}$$

BULGULAR

Yukarıda regresyon modelleri kurulan teknoloji şirketlerinin sermaye yapısı (finansal yapı veya kaldıraç) modellerinin tahmininde hem linear (doğrusal) hem de panel veri metodolojisi kullanarak istatistiksel analizler yapılmıştır.

Linear regresyon, regresyon fonksiyonunu tahmin edicilerin doğrusal bir kombinasyonu olarak modellemek için veya daha fazla bağımsız değişkeni içeren doğrusal denklemin katsayılarını tahmin etmek için araştırmacılara en basit model biçimini sağlayan bir analiz yöntemidir. Linear metod, birkaç nedenden dolayı uygulamalarda popülerdir bir regresyon analiz yöntemi olarak tercih edilmektedir. Bunlardan birincisi, sahip olduğu doğrusal form nedeniyle model parametreleri kolayca

yorumlanabilmektedir. İkincisi, doğrusal model teorilerinde matematiksel kesinlik ve hassasiyet iyi bir şekilde oluşturulmuştur. Üçüncüsü, doğrusal regresyon birçok modern modelleme aracının da yapı taşı olmasıdır (Su vd., 2012).

Linear regresyon analizi, gözlemlenen verilere uyumlu doğrusal bir denklem ile bağımlı ve bağımsız (açıklayıcı) değişken veya değişkenler arasındaki ilişkiyi bir matematiksel eşitlik ile modelleyerek açıklanmasıdır. Başka bir ifade ile bir değişkenin değerini başka bir değişken veya değişkenlerin değerine dayalı olarak tahmin etmek için kullanılmaktadır. Linear regresyon analizinde parametre tahmininde En Küçük Kareler Metodu (Least Squares Method-LSM) kullanılmaktadır (Küçükşille, 2010).

Panel veriler, boylamsal (dikey) veya enine kesitsel (yatay) zaman serisi verileri olarak da bilinmektedir. Panel veriler, şirketler, bireyler, ülkeler, varlıklar veya ögelerin davranışlarının zaman içinde gözlemlendiği bir veri kümesidir. Panel veriler, şirketler arasındaki kültürel faktörler veya iş uygulamalarındaki farklılıklar gibi gözlemlenemeyen veya ölçülemeyen değişkenleri kontrol etmeye olanak tanımaktadır. Panel veriler, çok seviyeli veya hiyerarşik modellemeye uygun farklı analiz seviyelerindeki (yani öğrenciler, okullar, ilçeler, eyaletler) değişkenleri dâhil edebilme olanağı sağlamaktadır (Torres-Reyna, 2007).

Panel çalışmalarda yatay kesit ve zaman serisi içeren verilerin birlikte kullanılması model uyum değerlerinde, daha bilgilendirici, daha değişken, bağımsız değişkenler arasında daha az doğrusallık, daha fazla serbestlik derecesi ve daha fazla etkinlik sağlamaktadır. Ayrıca model parametre sonuçlarında, birey, hane halkı, devlet, şirket vb. farklı olan varlıklar zaman boyutu içerisinde bireyselliğini koruyarak tahmin yapabilmeye olanak sağlamaktadır (Kutlar, 2017). Çünkü panel regresyonu, bir bağımsız veya birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki regresyon katsayılarını tahmin ederken hem panel birim etkisi hem de zaman etkisi için kontrol sağlamaktadır.

Panel veri regresyonu, aynı birim kesitin farklı zamanlarda ölçüldüğü yatay kesit verilerinin ve zaman serilerinin birleşimidir. Başka bir deyişle, boylamsal veri veya kesitsel veri olarak da adlandırılan panel verilere uyarlanmış tahminleyici bir modelleme yöntemidir (Zulfikar ve STp, 2019). Panel regresyon rassal (tesadüfi) etkiler modelinin arkasındaki mantık ise, birimler arasındaki varyasyonun rastgele olduğu ve modele dâhil edilen tahmin edici veya bağımsız değişkenlerle ilişkisiz olduğu varsayılmasıdır. Eğer varlıklar arasındaki farklılıkların bağımlı değişken üzerinde bir etkisi olduğuna inanmak için bir neden varsa o zaman rassal etkiler metodu kullanılmalıdır. Rassal etkilerin bir diğer avantajı, zamanla değişmeyen değişkenleri (ör; cinsiyet) dâhil edebilmektir. (Torres-Reyna, 2007).

Çalışmanın örnekleminde yer alan 14 şirketin veri setine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistiksel Sonuçlar

Değişkenler	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Jarque-Bera
KVBO	658	0.0215	0.8387	0.4152	0.2348	-0.0270	-1.2558	43.2886***
UVBO	658	0.0003	0.4632	0.0671	0.0911	2.0592	4.1138	917.8577***
TBO	658	0.0223	0.8756	0.4823	0.2371	-0.3730	-1.0639	46.2861***
AKO	658	-0.3865	0.3458	0.0357	0.0636	0.2554	10.2178	2821.0950***
CAO	658	0.1674	23.3394	3.1170	3.9111	3.1539	9.7352	3640.2160***
VYAP	658	0.0014	0.9844	0.2386	0.2334	1.2788	1.2213	218.2152***
TV	658	15.6317	24.2985	19.3105	1.6912	0.3492	-0.0689	13.4737***
TVYD	658	-0.7101	0.6823	0.0546	0.1548	0.6833	3.3084	344.9182***
SYD	658	-0.9980	3.5023	0.1480	0.6066	2.6938	9.9255	3447.4290***
TKFO	658	0.0854	0.3056	0.1506	0.0505	1.2366	1.4082	219.5596***
DKUR	658	1.4574	8.5279	3.5745	2.0887	0.9360	-0.3723	99.5702***

*** $p < 0,001$

İşletmeye özgü içsel değişkenler ile işletme dışı makroekonomik göstergelerin firma sermaye yapısı üzerindeki etkilerini incelemek için linear ve panel regresyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Panel regresyonda verilerin analizinde, En Küçük Kareler Yöntemi, Tesadüfi (Rassal) Etkiler Yöntemi veya Sabit Etkiler Yöntemi modellerinden hangisinin etki katsayılarının daha tutarlı olduğunu tespit etmek için bazı ön testler yaparak elde edilen uyum sonuçları incelenmiştir. Kullanılacak panel veri analizinde uygun regresyon model seçimi için Breusch-Pagan LM (Lagrange Multiplier-LM) ve Pesaran Scaled LM testi ile incelenmiş ve analiz için panel tesadüfi etkiler yönteminin en uygun model olduğu görülmüştür (Prob<0.001).

Sonraki aşamada, tesadüfi etkiler ile sabit etkiler regresyon modeli arasında bir seçim yapmak için değişkenlere uygulanan Hausman testinde elde edilen istatistiksel değerlerde panel tesadüfi etkiler model tahminleyicisine ait katsayılar daha tutarlı bulunmuştur (Prob>0.10). Yapılan linear enter metodu ve panel tesadüfi etkiler metodu analizlerine ait model regresyon özetleri ve parametre tahmin katsayıları Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 3. Kısa Vadeli Borç Oranı Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Linear Sonuçları			Tesadüfi Etkiler Sonuçları		
	Katsayı	t-istatistik	p	Katsayı	t-istatistik	p
AKO	-0.3565	-4.8071	0.0000***	-0.0744	-1.3649	0.1728
CAO	-0.0283	-20.8453	0.0000***	-0.0300	-17.2001	0.0000***
VYAP	-0.6094	-31.1477	0.0000***	-0.5867	-18.2356	0.0000***
TV	0.0217	6.4248	0.0000***	0.0454	5.9336	0.0000***
TVYD	0.0864	2.6601	0.0080**	0.0618	2.7722	0.0057**
SYD	-0.0031	-0.3720	0.7100	-0.0123	-2.1423	0.0325**
TKFO	-0.2230	-1.9748	0.0487**	-0.2370	-3.0822	0.0021***
DKUR	0.0026	0.9048	0.3659	-0.0049	-1.7400	0.0823*
C	0.2618	3.9705	0.0001***	-0.1731	-1.2036	0.2292
R ²		0.7619			0.7280	
F		258.7262			93.1604	
Prob(F-istatistik)		0.0000***			0.0000***	

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

Tablo 3'teki bulgularda, şirketlerin kısa vadeli borç oranı bağımlı değişken olarak tutulduğunda, CAO, VYAP, TV, TVYD ve TKFO her iki yöntemde, AKO linear yöntemde, SYD ve DKUR panel yöntemde etki katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (H_0 red, H_1 kabul). Bağımsız değişkenler linear yöntemde KVBO'nun %76.19'unu, panel yöntemde ise KVBO'nun %72.80'ini açıkladığı tespit edilmiştir. TV değişkeninin KVBO üzerindeki etkisi pozitif iken diğer değişkenlerin KVBO üzerindeki etkisi ise negatif olduğu görülmüştür. Başka bir deyişle, toplam varlıklar ve aktiflerdeki artış ile kısa vadeli borçların toplam varlıklara oranı arasında aynı yönlü, diğer değişkenler ile kısa vadeli borçların toplam varlıklara oranı arasında zıt yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Uzun Vadeli Borç Oranı Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Linear Sonuçları			Tesadüfi Etkiler Sonuçları		
	Katsayı	t-istatistik	p	Katsayı	t-istatistik	p
AKO	0.1037	2.3065	0.0214**	-0.0567	-1.5784	0.1150
CAO	0.0062	7.5143	0.0000***	0.0039	3.4262	0.0007***
VYAP	0.1120	9.4426	0.0000***	0.0471	2.2318	0.0260**
TV	0.0410	19.9791	0.0000***	0.0307	6.1748	0.0000***
TVYD	0.0006	0.0321	0.9744	0.0003	0.0189	0.9849
SYD	-0.0008	-0.1693	0.8656	0.0010	0.2559	0.7981
TKFO	0.0183	0.2678	0.7889	0.0330	0.6517	0.5148
DKUR	-0.0112	-6.4131	0.0000***	-0.0079	-4.3129	0.0000***
C	-0.7369	-18.4329	0.0000***	-0.5249	-5.6068	0.0000***
R ²		0.4168			0.3605	
F		57.9745			6.3338	
Prob(F-istatistik)		0.0000***			0.0000***	

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

Tablo 4'teki bulgular, şirketlerin uzun vadeli borç oranının bağımlı değişken olarak alındığı regresyon modeline ait istatistiki sonuçlardır. Bu sonuçlara göre, CAO, VYAP ve DKUR her iki yöntemde, AKO ise linear yöntemde regresyon etki katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (H_0 red, H_1 kabul). Bağımsız değişkenler linear yöntemde UVBO'nun %41.68'ini, panel yöntemde ise UVBO'nun %36.05'ini açıkladığı tespit edilmiştir. DKUR ile uzun vadeli borcun toplam varlıklara olan oranı arasında negatif yönlü ve anlamlı, CAO, VAYP, TV ve AKO ile uzun vadeli borcun toplam varlıklara olan oranı arasında ise aynı yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 5. Toplam Borç Oranı Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Linear Sonuçları			Tesadüfi Etkiler Sonuçları		
	Katsayı	t-istatistik	p	Katsayı	t-istatistik	p
AKO	-0.2527	-3.7083	0.0002***	-0,1314	-2,4073	0.0163**
CAO	-0.0221	-17.7221	0.0000***	-0,0260	-14,9833	0.0000***
VYAP	-0.4974	-27.6589	0.0000***	-0,5396	-16,9529	0.0000***
TV	0.0627	20.1717	0.0000***	0,0748	10,0667	0.0000***
TVYD	0.0870	2.9154	0.0037***	0,0628	2,8143	0.0050**
SYD	-0.0039	-0.5165	0.6057	-0,0112	-1,9472	0.0519*

TKFO	-0.2047	-1.9719	0.0490**	-0,2032	-2,6402	0.0085**
DKUR	-0.0086	-3.2468	0.0012***	-0,0124	-4,5010	0.0000***
C	-0.4751	-7.8415	0.0000***	-0,6745	-4,8315	0.0000***
R ²		0.8022			0.7835	
F		328.9754			95.7109	
Prob(F-istatistik)		0.0000***			0.0000***	

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,10$

Tablo 5'teki bulgular, şirketlerin toplam borç oranının bağımlı değişken olarak alındığı regresyon modeline ait istatistikî sonuçlardır. Elde edilen sonuçlara göre, AKO, CAO, VYAP, TV, TVYD, DKUR ve TKFO her iki yöntemde, SYD ise sadece panel yöntemde TBO üzerindeki regresyon etki katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (H_0 red, H_1 kabul). Çalışma kapsamında yer alan mevcut örnekleme ait bağımsız değişkenler linear yöntemde TBO'nun %80.22'sini, panel yöntemde ise TBO'nun %78.35'ini açıkladığı görülmüştür. Ayrıca, AKO, CAO, VYAP, SYD, TKFO ve DKUR ile toplam borcun toplam varlıklara oranı arasında negatif yönlü ve anlamlı, TV ve TVYD ile uzun vadeli borçların toplam borç içindeki payı arasında aynı yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'e ait modellerde elde edilen Prob(F-istatistik) değerinin 0.0000 olması regresyon modellerinin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Son olarak, dengeleme teorisi, finansal hiyerarşi teorisi ve işaret teorisine göre bu çalışmada bağımsız değişken olarak alınan firmaya özgü değişkenlerin sermaye yapısı üzerindeki etkilerine dair beklenen ve %1, %5 veya %10 düzeyinde anlamlı olarak gerçekleşen linear ve panel tesadüfî etkiler yöntemi regresyon bulgularının karşılaştırılması Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6. Beklenen ve Gerçekleşen Sonuçlar

Değişkenler	Beklenen Sonuçlar			Gerçekleşen Sonuçlar		
	Dengeleme Teorisi	Finansal Hiyerarşi Teorisi	İşaret Teorisi	KVBO	UVBO	TBO
AKO	+	-	+	-/	+/	-/
CAO	+	-	+	-/	+/+	-/
VYAP	+	-	+	-/	+/+	-/
TV	+	-	-	+/+	+/+	+/+
TVYD	-	+	+	+/+	/	+/+
SYD	-	+	+	/-	/	/-

Kaynak: (Ata ve Ağ, 2010: 49; Topaloğlu, 2018: 178; Yücedağ Erdiñ ve Sayılğan, 2020: 828-829)

Elde edilen sonuçlar ile beklenen sonuçların heterojen olması, çalışmada incelenen sektör, şirketlerin karakteristik yapısı, zaman dilimi, ülkenin mikro ve makroekonomik konjüktörün etkilerinden kaynaklı bir durum olabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sermaye yapısı, bir şirketin kısa ve uzun vadeli borçları ile toplam özsermayesinden oluşmaktadır. Borç, genellikle şirket tarafından belirli bir faiz karşılığında dışarıdan alınan ve faiz gideriyle birlikte borç verene geri ödenen kısa ve uzun vadeli yabancı paradan oluşmaktadır. Özsermaye ise, faiz gideri olmayan, geri ödenmesi gerekmeyen ve şirketin mülkiyet haklarını temsil eden parasal kaynaklardır.

Şirketlerde optimal sermaye yapısı kararları, yöneticilerin karşılaştığı kişisel risklerin, ödüllerin ve bunların tepkilerinin firmaların finansman veya yatırım seçimlerini nasıl etkilediğinin ayrıntılı analiziyle ilgili finansal sinyaller sunmaktadır. Bu yüzden firmaların sermaye yapılarını belirleyen faktörlerin neler olduğu sorusu kurumsal finans literatüründe halen tartışılan ve önemini koruyan bir konu olduğunu söylemek mümkündür. Bazı şirketler ticari operasyonlarını hiç borçlanmaya gitmeden tamamen özkaynakları ile finanse ederken, bazı şirketler ise borçlanma yoluna giderek faaliyetlerini finanse etmeyi tercih etmektedirler. Bazı şirketlerin belli dönemlerde borçlanmaları zorunlulukta arz edebildiğini unutmamak gerekir. Borçlanma seviyesi şirketlerin karakteristik yapılarına göre değişebilmektedir. Bu yüzden şirket büyüklüğü, şirketin faaliyet alanı veya sektörü gibi farklı karakteristik yapılardan dolayı şirketlerin optimal sermaye yapılarında da farklılık arz edebilir.

Örnekleme yer alan teknoloji şirketlerinin verileri ile yapılan bu çalışmada elde edilen bulgularda, kısa vadeli borç oranında işletme büyüklüğünü ve büyüme fırsatlarını temsil eden işletme içi değişkenlerin etkisi pozitif, diğer değişkenlerin etkisi negatif, uzun vadeli borç oranında dolar kurunun etkisi negatif, diğer değişkenlerin etkisi pozitif bulunmuştur. Toplam borç oranında ise, işletme büyüklüğünü ve işletmenin büyüme fırsatlarını temsil eden işletme içi değişkenlerin etkisi pozitif/negatif, diğer değişkenlerin etkisi ise negatif bulunmuştur. Ayrıca, örnekleme yer alan teknoloji şirketlerine ait işletme içi ve işletme dışı makro değişkenlere uygulanan linear ve panel regresyon analizinde kısa vadeli borç kaldıracını sırasıyla %76.19-%72.80, uzun vadeli borç kaldıracını %41,68-%36.05, toplam borç kaldıracını ise %80.22-%78.35 düzeyinde açıklamaktadır.

Son olarak, bu çalışmada yapılan analizlerde ortaya çıkan bulgularda, şirketlerin kurumsal finansal karar alma süreçlerinde sermaye yapısını etkileyen firmaya özgü ve makro finansal göstergelerin karar vericiler tarafından dikkate alınması gerektiği görülmüştür. Çalışmada elde edilen bulgular, piyasa yapıcılar, şirket içi finansal analistler, yöneticiler, kreditorler gibi kişi ve kurumlara bir öneri sunmaktadır. Sermaye yapısıyla ilgili daha sonra yapılacak çalışmalarda, firmaların karakteristik durumları (büyük, küçük, yerli, yabancı gibi), finansal kriz dönemleri, işletme içi ve işletme dışı farklı değişkenleri dikkate alarak ve farklı ekonometrik metotlar kullanarak araştırmacıların alana katkı sunmaları tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akay, Y., & Nur, T. (2022). Katılım 30 Endeksi'nde işlem gören işletmelerin sermaye yapısı belirleyicilerinin panel veri analizi ile incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 558-577.
- Ata, H. A., & Ağ, A. G. Y. (2010). Firma karakteristiğinin sermaye yapısı üzerindeki etkisinin analizi. *Istanbul University Econometrics and Statistics E-Journal*, 11, 45-60.
- Bauer, P. (2004). Capital structure of listed companies in visegrad countries. *Prague Economic Papers*, 2, 159-175.
- Bevan, A. A., & Danbolt, J. (2002). Capital structure and its determinants in the UK-a decompositional analysis. *Applied Financial Economics*, 12(3), 159-170.
- Cansız, S., & Sayılğan, G. (2017). Sermaye yapısı teorilerinin reel sektör firmaları özelinde test edilmesi. *Verimlilik Dergisi*, (2), 135-161.
- Corporate Finance Institute (CFI) (2022). Leverage ratios. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/leverage-ratios/>, (Erişim Tarihi: 17.06.2022).
- Daskalakis, N., Balios, D., & Dalla, V. (2017). The behaviour of SMEs' capital structure determinants in different macroeconomic states. *Journal of Corporate Finance*, 46, 248-260.
- De Jong, A., Kabir, R., & Nguyen, T. T. (2008). Capital structure around the world: the roles of firm- and country-specific determinants. *Journal of Banking Finance*, 32, 1954-1969.
- Deesomsak, R., Paudyal, K., & Pescetto, G. (2004). The determinants of capital structure: evidence from the Asia Pacific region. *Journal of Multinational Financial Management*, 14, 387-405.
- Demirguc-Kunt, A., & Maksimovic, V. (1996). Stock market development and firms' financing choices. *The World Bank Economic Review*, 10(2), 341-369.
- Demirhan, D. (2009). Sermaye yapısını etkileyen firmaya özgü faktörlerin analizi: İMKB hizmet firmaları üzerine bir uygulama. *Ege Academic Review*, 9(2), 677-697.
- Frank, M. Z., & Goyal, V. K. (2009). Capital structure decisions: which factors are reliably important? *Financial Management*, 38(1), 1-37.
- Gul, S., & Cho, H. R. (2019). Capital structure and default risk: evidence from Korean Stock Market. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(2), 15-24.
- Güner, A. (2016). The determinants of capital structure decisions: new evidence from Turkish companies. *Procedia Economics and Finance*, 38, 84-89.
- Harris, M., & Raviv, A. (1991). The theory of capital structure. *The Journal of Finance*, 46(1), 297-355.
- Jensen, M. C., & Meckling, M. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and capital structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.

- Kalantonis, P., Kallandranis, C., & Sotiropoulos, M. (2021). Leverage and firm performance: new evidence on the role of economic sentiment using accounting information. *Journal of Capital Markets Studies*, 5(1), 96-107.
- Kutlar, A. (2017). *EViews ile panel veri ekonometrisi uygulamaları*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Küçüksille, E. (2010). *Basit doğrusal regresyon*. Şeref Kalaycı (Ed.). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (s. 199-201). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation. *The Journal of Finance*, 32(2), 371-387.
- Marsh, P. (1982). The choice between equity and debt: an empirical study. *The Journal of Finance*, 37(1), 121-144.
- Martin, P. S., & Saona, P. (2017). Capital structure in the Chilean corporate sector: revisiting the stylized facts. *Research in International Business and Finance*, 40, 163-174.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). The cost of capital, corporation finance and the theory of investment. *The American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate income taxes and the cost of capital: a correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433-443.
- Myers, S. C. (1977). Determinants of corporate borrowing. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 147-175.
- Myers, S. C. (1984). Capital structure puzzle. *NBER working paper series, Working Paper No. 1393*, 1-32.
- Myers, S. C. (2001). Capital structure. *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 81-102.
- Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13(2), 187-221.
- Ozkan, A. (2001). Determinants of capital structure and adjustment to long run target: evidence from UK company panel data. *Journal of Business Finance and Accounting*, 28, 175-198.
- Proença, P., Laureano, R. M. S., & Laoreano, L. M. S. (2014). Determinants of capital structure and the 2008 financial crisis: evidence from Portuguese SMEs. *Social and Behavioral Sciences*, 150, 182-191.
- Robichek, A. A., & Myers, S. C. (1965). *Optimal Financing Decisions*. New Jersey: Prentice-Hall Publication.
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: the incentive-signalling approach. *The Bell Journal of Economics*, 8(1), 23-40.
- Ryen, G. T., Vasconcellos, G. M., & Kish, R. J. (1997). Capital structure decisions: what have we learned. *Business Horizons*, 40(5), 41-50
- Schwartz, E. (1959). Theory of the capital structure of the firm. *The Journal of Finance*, 14(1), 18-39.
- Su, X., Yan, X., & Tsai, C. L. (2012). Linear regression. *WIREs Comput Stat*, 4(3), 275-294.

- Topaloğlu, E. E. (2018). Sermaye yapısına etki eden firmaya özgü faktörlerin panel veri analizleri ile belirlenmesi: kurumsal yönetim endeksi üzerine bir uygulama. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (640), 763-800.
- Torres-Reyna, O. (2007). Panel data analysis fixed and random effects using Stata (v. 4.2). *Data & Statistical Services, Princeton University*, 112, 49.
- Tuovila, A., James, J., & Rathburn, P. (2021). Capital Structure, <https://www.investopedia.com/terms/c/capitalstructure.asp>, (Erişim Tarihi: 17.06.2022).
- Wald, J. (1999). How firm characteristics affect capital structure: an international comparison. *Journal of Financial Research*, 22(2), 161-187.
- Yılmaz, E., & Aslan, T. (2020). Makroekonomik göstergelerin sermaye yapısı üzerindeki etkisi: imalat dışı sektörler üzerinde bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (85), 187-208.
- Yücedağ Erdiñç, N., & Sayılğan, G. (2020). BİST imalat sektöründeki küçük boyuttaki ve orta ölçekteki işletmelerin sermaye yapısına etki eden faktörlerin kanonik korelasyon analizi ile karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 826-847.
- Zein, A. M., & Ångström, P. (2016). Can macroeconomic factors explain the choice of capital structure? a study of listed non-financial firms in Sweden. *Department of Business Studies, Master's Thesis, Uppsala University, Sweden*.
- Zulfikar, R., & STp, M. M. (2019). Estimation model and selection method of panel data regression: an overview of common effect, fixed effect, and random effect model. *INA-Rxiv 9qe2b, Center for Open Science*, 1-10.

Ek 1. Çalışma Kapsamında İncelenen Teknoloji Şirketleri

Sıra	BIST Kodu	Şirket Unvanı
1.	ALCTL	Alcatel Lucent Teletaş Telekomünikasyon A.Ş.
2.	ARENA	Arena Bilgisayar Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
3.	ARMDA	Armada Bilgisayar Sistemleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
4.	ASELS	Aselsan Elektronik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
5.	DGATE	Datagate Bilgisayar Malzemeleri Ticaret A.Ş.
6.	DESPC	Despec Bilgisayar Pazarlama Ve Ticaret A.Ş.
7.	ESCOM	Escort Teknoloji Yatırım A.Ş.
8.	INDES	İndeks Bilgisayar Sistemleri Mühendislik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
9.	KAREL	Karel Elektronik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
10.	KRONT	Kron Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.
11.	LINK	Link Bilgisayar Sistemleri Yazılımı Ve Donanımı Sanayi Ve Ticaret
12.	LOGO	Logo Yazılım Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
13.	NETAS	Netaş Telekomünikasyon A.Ş.
14.	PKART	Plastikkart Akıllı Kart İletişim Sistemleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.

Geliş Tarihi:

23.06.2022

Kabul Tarihi:

19.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Coşkun, A. E. (2022). BRICS-T Ekonomilerinin makroekonomik performanslarının değerlendirilmesi: Entropi tabanlı WASPAS yaklaşımı. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1320-1340. doi: 10.46928/iticusbe.1134477

BRICS-T EKONOMİLERİNİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: ENTROPİ TABANLI WASPAS YAKLAŞIMI

Araştırma

Artuğ Eren Coşkun  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Akdeniz Üniversitesi

erencoskun@akdeniz.edu.tr

Artuğ Eren Coşkun, Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalında Araştırma Görevlisi olarak görev yapmakta olup doktora programında öğrenimine devam etmektedir. Uluslararası Ticaret, Tedarik Zinciri Yönetimi, Lojistik Performans, Tersine ve Yeşil Lojistik ve Hava Lojistiği alanlarında araştırmalar yayınlamaktadır.

BRICS-T EKONOMİLERİNİN MAKROEKONOMİK PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: ENTROPİ TABANLI WASPAS YAKLAŞIMI

Artuğ Eren Coşkun,
erencoskun@akdeniz.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Dünya ticaretindeki payını her geçen yıl artırmaya devam eden Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye (BRICS-T) ülkelerinin 2011-2020 yılları arasındaki makroekonomik performanslarını karşılaştırmalı olarak incelemektir.

Yöntem: Çalışmada makroekonomik performans kriterleri GSYİH, kişi başına düşen GSYİH, ihracat, büyüme oranı, doğrudan yabancı yatırım, ithalat, enflasyon oranı ve işsizlik oranı olarak belirlenmiştir. Çok kriterli karar verme yöntemlerinden Entropi ve WASPAS (Weighted Aggregated Sum Product Assessment) kullanılmıştır. Entropi yöntemi ile öncelikle kriterlerin ağırlıkları hesaplanmış ve hesaplanan ağırlıklar WASPAS yöntemine dahil edilerek karar alternatifleri sıralanmıştır.

Bulgular: Araştırma bulguları Çin'in bu çalışmada ele alınan diğer ülkelerin makroekonomik performansları karşısında mutlak üstün olduğunu göstermektedir. Çin'den sonra diğer ülkelerin başarı sıralaması sırasıyla Brezilya, Rusya, Hindistan, Türkiye ve Güney Afrika şeklinde olmuştur.

Özgünlük: Bu çalışmada BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performansları, Entropi-WASPAS yöntemlerinin entegre biçimde kullanılmasıyla analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen yazın taraması, ilgili ülkelerin makroekonomik performanslarının araştırıldığı çalışma sayısının oldukça yetersiz olduğunu göstermiştir. Makroekonomik performans kriterlerinde kapsam geniş tutularak araştırma sonuçlarının geçerliliğinin artırılması hedeflenmiştir. Kriter çeşitliliği yönüyle bu çalışma alanında yayınlanan en kapsamlı çalışmalar arasındadır.

Anahtar Kelimeler: BRICS-T, Makroekonomik Performans, Entropi Yöntemi, WASPAS Yöntemi

JEL Sınıflandırması: B22, E24, O47

EVALUATION OF MACROECONOMIC PERFORMANCES OF BRICS-T ECONOMIES: ENTROPY-BASED WASPAS APPROACH

Abstract

Purpose: The aim of this study is to comparatively examine the macroeconomic performances of Brazil, Russia, India, China, South Africa and Turkey (BRICS-T) countries, which continue to increase their share in world trade, between the years 2011-2020.

Method: In this study, in which the data for the years 2011-2020 are taken into account, the macroeconomic performance criteria are determined as GDP, GDP per capita, exports, growth rate, foreign direct investment, imports, inflation rate, and unemployment rate. Entropy and WASPAS (Weighted Aggregated Sum Product Assessment) which are multi-criteria decision making applications were used. First, the weights of the criteria were calculated with the entropy method and the decision alternatives were listed by including the calculated weights in the WASPAS method.

Findings: Research findings show that China is absolutely superior to other countries' macroeconomic performances. After China, the success order of other countries is Brazil, Russia, India, Turkey and South Africa, respectively.

Originality: In this study, macroeconomic performances of BRICS-T countries were analyzed by using Entropy-WASPAS methods in an integrated manner. The literature review shows that the number of studies investigating the macroeconomic performances of the relevant countries is quite insufficient. It is aimed to increase the validity of the research results by keeping the scope wide in the macroeconomic performance criteria. In terms of criteria variety, it is among the most comprehensive studies published in this study area.

Keywords: BRICS-T, Macroeconomic Performance, Entropy Method, WASPAS Method

JEL Classification: B22, E24, O47

GİRİŞ

Ticaretin global ölçekte gerçekleşmeye başlaması ve buna bağlı olarak ülke harcamalarındaki artışlar pazar fiyatlarında dalgalanmalara sebep olmuştur. Bu durum başta işsizlik, ekonomik büyüme ve enflasyon kriterleri üzerinden olmak üzere ülkelerin makroekonomik performanslarını değerlendirme ihtiyaçlarını ortaya çıkarmıştır (Daşbaşı vd., 2019: 95). Klasik iktisatçılar makroekonomik performansın değerlendirilmesinde çoğunlukla gelir dağılımı ve ekonomik büyüme göstergelerini ön plana çıkarmıştır. Tam istihdamın önemine vurgu yapan ve devletlerin bu hususta müdahalesini savunan Keynesyenler ise büyük ölçüde işsizlik göstergesini önemsemiştir (Al ve Baday Yıldız, 2019: 304). 1987 yılında Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerin makroekonomik performanslarının değerlendirilmesi adına ilk kez işsizlik, enflasyon, cari açığın gayri safi yurt içi hasılaya oranı ve ekonomik büyüme göstergelerinden oluşan bir endeks ortaya koymuştur. Daha sonra ise endekste yer alan bu göstergelere kamu bütçe açığının gayri safi yurt içi hasılaya oranı göstergesi eklenmiştir (Daşbaşı vd., 2019: 95). Günümüzde ise ithalat, ihracat, GSYİH, kişi başına düşen GSYİH, cari işlemler dengesi, enflasyon oranı ve daha birçok makroekonomik gösterge gerek uluslararası kuruluşların raporlarında gerekse akademik araştırmalarda sıklıkla kullanılmaktadır.

Dünyadaki siyasi ve teknolojik gelişmeler nedeniyle dünya ticaret hacmi gün geçtikçe artmaktadır. Berlin Duvarı'nın yıkılması ve Sovyetler Birliği'nin parçalanması, ülkelerin birbirine yaklaşmasına neden olmuştur. Bununla birlikte iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki yeni gelişmeler dünya ticaretini olumlu etkilemiştir. Tüm bu değişimlerin yanı sıra küresel ekonomik kalkınmanın önemli oyuncularını olarak gösterilen ve yükselen ekonomiler olarak adlandırılan yeni ülkeler dünya ticaretinde yer almaya başlamıştır. Özellikle 1990'ların sonlarına doğru başta BRICS ülkeleri, yani Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika olmak üzere dünyadaki birçok gelişmekte olan ekonominin dünya ticaretinden aldığı pay artmıştır (Koçyiğit vd., 2015: 117). BRICS kısaltması, gelişmekte olan önemli ekonomilerin istisnai rolünü vurgulamak için ilk defa 2001 yılında Jim O'neil tarafından BRIC (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) şeklinde kullanılmıştır. İlgili dört ülke ilk kez 2006 yılında bir grup olarak bir araya gelmiştir. Güney Afrika'nın gruba davet edilmesi ise 2010 yılında gerçekleşmiş ve böylece grubun adı BRICS olmuştur (Morazan vd., 2012: 6).

2020 verilerine göre BRICS ülkelerinin dünya nüfusu üzerindeki payı %41,32 olmakla birlikte Türkiye de grup ile birlikte değerlendirildiğinde bu oran %42,41'e kadar yükselmektedir (World Bank, 2020). BRICS ülkelerinin küresel GSYİH üzerindeki payları 1995'te %17,6 iken 2018'de %32,5'e kadar yükselmiştir. 2050'ye kadar Çin ve Hindistan'ın sırasıyla dünyanın birinci ve üçüncü ekonomileri olacağı öngörülürken, Rusya ve Brezilya'nın ise Japonya'nın ardından sırasıyla beşinci ve altıncı sırada yer alacağı tahmin edilmektedir (Tian vd., 2020). BRICS ülkelerinin satın alma gücü paritesi üzerinden küresel katma değer yaratımı 2000 yılında %9 iken 10 yıl içerisinde bu oran %25,6'ya yükselmiştir (Rani ve Kumar, 2018). Bu bilgilere ek olarak BRICS-T ülkelerinin küresel

bir güç olarak algılanmasında her birinin G20 üyesi olmasının önemli bir payı vardır (Bulut ve Doğan, 2020).

BRICS ülkeleri ile yakın özelliklere sahip olduğu düşünülen Türkiye'nin de bu gruba dahil edildiği birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada da Türkiye, BRICS ülkeleri arasında değerlendirilmiştir. İlk olarak çalışmada, BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performans verileri genel çerçevede değerlendirilmiştir. Daha sonra yöntem kısmına geçilmiş ve BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performans kriterleri belirlenerek bu kriterlerin ağırlıkları Entropi yöntemiyle hesaplanmıştır. Devamında ise belirlenen kriterler doğrultusunda hangi BRICS-T ülkesinin daha başarılı olduğunu belirlemek ve bu yönlü bir başarı sıralaması oluşturmak için WASPAS Yöntemi kullanılmıştır ve çalışma sonuçlandırılmıştır. Nihayetinde bu çalışmada, kapsamlı makroekonomik performans kriterleri baz alınarak 2011-2020 yılları arasında ülkelerin elde ettiği objektif veriler üzerinden hangi kriterin diğerlerine kıyasla daha yüksek öneme sahip olduğunun belirlenmesi ve hangi BRICS-T ülkelerinin diğerlerine kıyasla daha yüksek makroekonomik başarı yakaladığının ortaya konulması hedeflenmiştir.

LİTERATÜR

Literatürde ülkelerin zaman içerisinde sergilediği ekonomik performansı makroekonomik değişkenlere dayalı olarak inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazılarında örnek verilecek olursa, Hutton vd. (1988) İngiltere'nin, Kibritçioğlu (2007), Al ve Baday Yıldız (2019) ve Benlialper vd. (2016) Türkiye'nin, Picek (2017) Avrupa Birliği ülkelerinin, Fırme ve Teixeira, 2014 küresel kriz öncesi ve sonrası ABD, Çin, Brezilya, Rusya, bazı Asya ülkeleri ve Euro bölgesinin, Van der Hoek (1992) Hollanda'nın, makroekonomik performanslarını çeşitli makroekonomik değişkenler kullanarak incelemişlerdir.

Ülkelerin makroekonomik performansının değerlendirilmesinde çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılması literatürde yakın bir geçmişe dayanmaktadır. Bu sebeple ilgili çalışmaların sayısı oldukça azdır. Tablo 1'de çok kriterli karar verme yöntemleriyle ülkelerin makroekonomik performanslarının hesaplandığı çalışmalara ait literatür sunulmuştur.

Tablo 1. ÇKKV Yöntemleriyle Makroekonomik Performansların Hesaplandığı Çalışmalar

Kaynak	Araştırılan Ülke Grubu	Yıl ya da Yıl Aralığı	Kullanılan ÇKKV Yöntemi	Kullanılan Makroekonomik Kriterler
Urfaloğlu ve Genç (2013)	AB ve AB'ye aday toplam 32 ülke	2012	TOPSIS, PROMETHEE ve WSA	GSYİH büyümesi, kişi başına gelir, enflasyon oranı, ihracat hacmi, ithalat hacmi ve istihdam oranı
Göktolga vd. (2015)	5 Orta Asya ülkesi	2003-2013	TOPSIS	GSYİH büyüme oranı, kişi başına GSYİH, ihracat oranı, ithalat oranı, enflasyon oranı ve işsizlik oranı

Tablo 1. ÇKKV Yöntemleriyle Makroekonomik Performansların Hesaplandığı Çalışmalar (Devamı)

Eyüboğlu (2016)	10 gelişmekte olan ülke	2003-2013	TOPSIS	Cari denge / GSYİH oranı, enflasyon oranı, işsizlik oranı ve GSYİH büyüme oranı
Cihan ve Salur (2017)	BRICS-T	2004-2014	TOPSIS	GSYİH büyümesi, enflasyon oranı, işsizlik oranı, bütçe açığı/GSYİH, bütçe fazlası/GSYİH ve cari hesap dengesi/GSYİH oranları
Eyüboğlu (2017)	Türk Dünyası ülkeleri	2004-2013	AHP ve TOPSIS	GSYİH büyüme oranı, cari denge / GSYİH oranı, enflasyon oranı ve işsizlik oranı
Masca (2017)	28 AB ülkesi	2015	TOPSIS	Uzun vadeli faiz oranları, genel yönetim bütçesi açığı ve fazlası/GSYİH, genel devlet brüt borcu/GSYİH, enflasyon oranı, brüt sabit sermaye oluşumu/GSYİH ve işsizlik oranı
Sevgin and Kundakci (2017)	28 AB ülkesi	2013	MOORA ve TOPSIS	Devlet borcu/GSYİH oranı, bütçe açığı / GSYİH oranı, ihracat / ithalat oranı, enflasyon oranı, GSYİH / nüfus oranı ve işsizlik oranı
Altay Topcu ve Oralhan (2017)	35 OECD ülkesi	2010-2015	ELECTRE, PROMETHEE ve TOPSIS	Kişi başına düşen gelir, ihracat ve ithalat hacimleri, enflasyon oranı, GSYİH büyüme oranı ve istihdam oranı
Öztürk ve Bayramoğlu (2018)	AB ülkeleri ve Türkiye	2006-2016	TOPSIS	GSYİH büyüme oranı, kişi başına düşen GSYİH, ihracat oranı, ithalat oranı, enflasyon oranı ve istihdam oranı
Ela vd. (2018)	AB ülkeleri ve Türkiye	2016	TOPSIS	Cari hesap dengesi / GSYİH oranı, enflasyon oranı, işsizlik oranı ve GSYİH büyüme oranı
Uludağ ve Ümit (2020)	Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan, Özbekistan ve Türkiye	2008-2016	DEMATEL ve COPRAS	Reel GSYİH, kişi başına düşen GSYİH, satın alma gücü paritesine göre kişi başına düşen reel GSYİH, enflasyonu temsilen GSYİH deflatörü, dış borç/GSYİH, doğrudan yabancı yatırım girişi/GSYİH, işsizlik oranı ve ihracatın ithalatı karşılama oranı
Belke (2020)	G7 ülkeleri	2010-2018	CRITIC ve MAIRCA	Reel kişi başına düşen GSYİH, ekonomik büyüme, yatırım oranı, dış ticaret, cari işlemler dengesi, bütçe dengesi, kamu borcu, işsizlik oranı ve enflasyon oranı

Objektif veriler üzerinden ekonomik ve finansal performans kriterlerinin Entropi yöntemiyle ağırlıklandırıldığı ve karar alternatiflerinin WASPAS yöntemiyle sıralandığı birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların büyük çoğunluğunu çeşitli statülerde faaliyet gösteren bankaların performanslarının belirlendiği ve sıralandığı çalışmalar oluşturmuştur (Akçakanat vd., 2017; Aydın vd., 2018; Ural vd., 2018; Eş ve Kök, 2020; Gezen, 2019; Karaca vd., 2020; Çilek ve Karavardar, 2021; Coşkun vd., 2021). Ayyıldız ve Murat (2017) Türkiye’de yer alan şehirlerin belirli objektif kriterler altında eğitim performanslarını sıralamak için Entropi ve WASPAS yöntemlerinden yararlanmışlardır. Orçun (2019) ise Borsa İstanbul A.Ş. Elektrik Endeksinde yer alan şirketlerin finansal

performanslarını Entropi ve WASPAS yöntemlerini kullanarak sıralamıştır. Ongun vd. (2021) turizmde en önde gelen 10 ülkenin pandemi öncesindeki turizm sektörü performanslarını Entropi ve WASPAS yöntemlerini kullanarak karşılaştırmıştır. Erdoğan ve Kırbaç (2021) Türkiye’de lojistik sektöründe faaliyet gösteren ve Fortune 500 listesinde yer alan lojistik firmalarının finansal performanslarını Entropi tabanlı WASPAS yöntemiyle sıralamıştır. Entropi ve WASPAS yöntemlerinin birlikte kullanıldığı ve ülkelerin makro ekonomik performanslarının sıralandığı bir çalışmaya literatürde rastlanılmamış olsa da literatürdeki çalışmalara paralel olarak bu çalışmada da objektif veriler üzerinden bir performans karşılaştırması yapılacaktır.

VERİ VE YÖNTEM

Karar alternatiflerini BRICS-T ülkelerinin oluşturduğu bu çalışmada, 2011-2020 yılları baz alınmıştır ve veriler Dünya Bankası’ndan elde edilmiştir. Makroekonomik performansın değerlendirilmesinde kullanılacak olan kriterlerin seçimine ya da önceliklendirilmesine yönelik belirli bir yazılı kural ya da gizil anlaşma bulunmamaktadır (Al ve Baday Yıldız, 2019: 304). Bu araştırmanın literatür taraması neticesinde ulaşılan çalışmalarda kullanılan göstergeler detaylı olarak incelenmiş ve araştırma çıktılarının kapsayıcılığını artırmak adına makroekonomik performans sıralamalarının belirleyicileri olarak kullanılma sıklığı en yüksek olan toplam 8 temel makroekonomik gösterge seçilmiştir. Aşağıda ilgili göstergelerin sıralaması yer almaktadır:

- GSYİH (Fayda yönlü)
- Kişi başı GSYİH (Fayda yönlü)
- İhracat (Fayda yönlü)
- Büyüme Oranı (Fayda Yönlü)
- Doğrudan Yabancı Yatırım (Fayda Yönlü)
- İthalat (Maliyet Yönlü)
- Enflasyon oranı (Maliyet Yönlü)
- İşsizlik oranı (Maliyet Yönlü)

Değerlendirme kriterlerinin önem ağırlıklarının hesaplanmasında Entropi yöntemi kullanılmıştır. Özellikle objektif verilerden oluşan kriter ağırlıklarının hesaplanmasında kullanılması ve herhangi bir subjektif veriye ihtiyaç duymaması nedeniyle (Ayçin, 2020: 132) bu çalışmadaki kriterlerin önem derecelerinin belirlenmesinde Entropi yöntemi tercih edilmiştir. İlk aşamada elde edilen kriter ağırlıklarından hareketle alternatiflerin sıralanması ise WASPAS yöntemiyle yapılmıştır. Karar alternatiflerinin fayda ve maliyet yönlü olarak ayrı ayrı hesaplanmasını elverişli kılmasından ve aynı zamanda performansa dayalı objektif ve subjektif verilerde yüksek derecede doğru sonuçlar sunduğundan dolayı bu çalışmanın karar alternatiflerinin sıralanmasında WASPAS yöntemi kullanılmıştır.

Entropi Yöntemi

Rudolph Clausius tarafından 1865 yılında akademik yazında ilk defa kullanılan entropi kavramı bir sistemdeki karmaşıklığın ve muğlaklığın bir ölçüsü olarak ortaya konmuştur (Zhang vd., 2011: 444). Kavramın bilgi teknolojilerine uyarlanması ise Shannon (bkz. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6773024>) tarafından gerçekleştirilmiştir (Akçakanat vd., 2017: 290; Ural vd., 2018: 131). Literatürde bulanık sayılarla yaygın olarak birleştirilmesine rağmen genel olarak Entropi yöntemi kriterlerin nesnel ağırlığının bulunmasında kullanılmaktadır. Bu yöntem, 5 adımda özetlenebilir (Wang ve Lee, 2009):

1. Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

Entropi yönteminde ilk olarak x_{ij} değerlerinden oluşan ve simgesi D ile gösterilen karar matrisi Eşitlik (1)'deki gibi oluşturulur.

$$D = \begin{matrix} A_1 & \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \\ A_2 \\ \vdots \\ A_3 \end{matrix} \quad (1)$$

2. Aşama: Karar Matrisinin Normal Hale Getirilmesi

Karar problemlerindeki değişik birimlere sahip kriterlerde yer alan değerlere normalizasyon adımı uygulanarak her biri $[0,1]$ aralığında değere sahip olacak şekilde standartlaştırılmalıdır. Normalizasyon işlemi Eşitlik (2)'de gösterildiği şekilde uygulanır.

$$P_{ij} = x_{ij} / \sum_{i=1}^m x_{ij} \quad \forall i, j \quad (2)$$

3. Aşama: Her Bir Kriterin Entropi Değerinin Saptanması

Karar probleminde yer alan her bir değerlendirme kriterinin Entropi değerlerinin (e_j) hesaplanmasına yönelik formül Eşitlik (3)'te gösterilmiştir.

$$e_{ij} = -k \cdot \sum_{j=1}^n p_{ij} \cdot \ln(p_{ij}) \quad i = 1, 2, \dots, m \text{ ve } j = 1, 2, \dots, n \quad (3)$$

Eşitlik (3)'teki formülde bulunan k sabiti:

$k = (\ln(m))^{-1}$ formülüyle gösterilen sabit bir katsayıdır ve $0 \leq e_j \leq 1$ aralığında bir değer alır. Entropi değeri e_j şeklinde ifade edilmektedir.

4. Aşama: Farklılaşma Derecelerinin Belirlenmesi

Bir önceki adımda hesaplanarak belirlenen Entropi sayıları kullanılarak d_j ile gösterilen farklılaşma dereceleri her bir kriter için Eşitlik (4)'teki formül ile hesaplanır.

$$d_j = 1 - e_j \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

Eşitlik (+)'te hesaplanan d_j değerlerinin yüksek çıkması, kriterlere ilişkin alternatif puanlar arasındaki farklılaşmanın veya uzaklığın fazla olduğu anlamına gelmektedir.

5. Aşama: Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

Her bir kriterin farklılaşma derecesinin, toplam farklılaştırma derecesine bölünmesiyle kriterlerin ağırlık değerleri (w_j) ortaya çıkarılarak yöntemin son adımı gerçekleştirilmiş olur. Kriterlere ilişkin ağırlık değerleri Eşitlik (5) yardımıyla hesaplanır.

$$w_j = d_j / \sum_{j=1}^n d_j \quad (5)$$

WASPAS Yöntemi

2012 yılında Zavadskas ve arkadaşları tarafından önerilen WASPAS Yöntemi (Weighted Aggregated Sum Product Assessment) (Madić vd, 2014: 80), WSM (Weighted Sum Model) Ağırlıklı Toplam Modeli ve WPM (Weighted Product Model) Ağırlıklı Ürün Modellerinin bir arada kullanılmasıyla ortaya çıkmıştır. WASPAS, iki farklı yöntemi bir arada kullanıldığı güncel bir metot olarak isabetli sonuçları ortaya çıkaran veya onların doğrulanmasına yönelik en uygun çok kriterli karar verme yöntemi olarak ileri sürülmüştür. Yöntemin temel amacı sıralama doğruluğunu en üst düzeye çıkarmaktır (Zavadskas vd., 2013: 3). Başka çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırıldığında daha doğru sonuçlar verme yetisine sahip olmasına ek olarak yöntemin daha kısa ve kolay bir şekilde uygulanması, matematiksel hesaplamaların gerçekleştirilmesi için belirli bilgisayar yazılımlarına ihtiyaç duymaması yöntemin avantajları arasında gösterilmektedir (Ayçin, 2020: 308). Yöntem 6 aşamada gerçekleştirilmektedir (Zavadskas vd., 2012):

1. Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

WASPAS yönteminde ilk olarak x_{ij} değerlerinden oluşan ve simgesi X ile gösterilen karar matrisi Eşitlik (6)'daki gibi oluşturulur.

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (6)$$

2. Aşama: Karar Matrisinin Normal Hale Getirilmesi

Karar problemlerindeki değişik birimlere sahip kriterlerde yer alan değerlere normalizasyon adımı uygulanarak her biri [0,1] aralığında değere sahip olacak şekilde standartlaştırılmalıdır. Normalizasyon prosedürü fayda yönlü kriterler için Eşitlik (7)'deki, maliyet yönlü kriterler için Eşitlik (8)'deki formül kullanılarak gerçekleştirilir.

$$\bar{x}_{ij} = x_{ij} / \max_i(x_{ij}) \quad i = 1, 2, \dots, m ; j = 1, 2, \dots, n \quad (7)$$

$$\bar{x}_{ij} = \min_i(x_{ij}) / x_{ij} \quad i = 1, 2, \dots, m ; j = 1, 2, \dots, n \quad (8)$$

3. Aşama: WSM'ye Dayalı i. Alternatifin Toplam Nispi Öneminin Hesaplanması

Bu adımda bir alternatifin toplam göreceli önemi, kriter değerlerinin ağırlıklı toplamı olarak belirlenir ve Eşitlik (9) yardımıyla hesaplanır.

$$Q_i^{(1)} = \sum_{j=1}^n \bar{x}_{ij} \cdot w_j \quad (9)$$

4. Aşama: WPM'ye Dayalı i. Alternatifin Toplam Nispi Öneminin Hesaplanması

Bu adımda bir alternatifin toplam nispi önemi, bir alternatifin kriter bazında aldığı normalize değerlerin kriter ağırlığı kadar kuvvetinin alınması ve bulunan değerlerin her bir alternatif için sırasıyla çarpılması ile belirlenir. Bu işlem Eşitlik (10) yardımıyla hesaplanır.

$$Q_i^{(2)} = \prod_{j=1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j} \quad (10)$$

5. Aşama: WSM ve WPM İçin Ağırlıklandırılmış Ortak Genel Kriter Değerlerinin Hesaplanması

Eşitlik (11)'de yer alan formül kullanılarak toplamsal ve çarpımsal yöntemlerin ağırlıklı ortak genelleştirilmiş kriter rakamlarına ulaşılmaktadır.

$$Q_i = 0.5Q_i^{(1)} + 0.5Q_i^{(2)} = 0.5 \cdot \sum_{j=1}^n \bar{x}_{ij} \cdot w_j + 0.5 \cdot \prod_{j=1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j} \quad (11)$$

6. Aşama: Karar Alternatiflerinin Göreceli Önem Değerinin Hesaplanması

Karar Alternatiflerinin doğru ve etkin bir şekilde sıralamasının yapılabilmesi ve toplam göreceli önemini belirlemek için Eşitlik (12)'de gösterilen formülden yararlanılmaktadır. Alternatifler belirlendikten sonra Q değerine göre derecelendirilmektedir. Q değerinin sahip olduğu en yüksek değer en iyi alternatif olarak tanımlanmaktadır. WASPAS yöntemi, $\lambda=0$ olduğunda Ağırlıklı Ürün Modeline, $\lambda=1$ olduğunda ise Ağırlıklı Toplam Modeline dönüşmektedir. Son olarak, Eşitlik (12)'de görülen varyans, WSM ve WPM'ye bağlı olarak tahminlenmiş ve λ katsayısı ile ifade edilmiştir.

$$Q_i = \lambda \cdot Q_i^{(1)} + (1 - \lambda) \cdot Q_i^{(2)} = \lambda \cdot \sum_{j=1}^n \bar{x}_{ij} \cdot w_j + (1 - \lambda) \cdot \prod_{j=1}^n (\bar{x}_{ij})^{w_j} \quad (12)$$

BULGULAR

BRICS-T ülkelerinin 2011-2020 yılları arasındaki ortalama performans sıralamalarının saptanmasına yönelik analiz tabloları bulgular bölümünde yansıtılmış olup, aynı analizler her yıl için tekrarlanmıştır. Ancak tekrarlanan analizlere dair tablolar bulgular bölümüne yansıtılmamıştır. Yıl bazlı analizler sonucu elde edilen genel ülke sıralamaları Tablo 11'de gösterilmiştir.

Entropi Yöntemiyle Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

1. Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

Yukarıda sıralanan kriterlere ilişkin veriler Dünya Bankası tarafından sunulan açık verilerden elde edilmiştir. Yalnızca bir yılın baz alınmasının ülkelerin yıllar bazında elde ettiği makroekonomik performans düzeyini yansıtmayacağı düşüncesinden hareketle kriterlere ait 2011-2020 yılları arasındaki verilerin aritmetik ortalaması alınarak Tablo 2’deki karar matrisi oluşturulmuş ve analizler bu rakamlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Hindistan ekonomisi 2020 yılında %7.25 küçüldüğünden ve Entropi yöntemine göre eksi değere sahip karar matrisi ile hesaplama yapmak mümkün olmadığından dolayı tüm ülkelerin yıllar bazında aldığı her bir büyüme oranı %7,26 oranında artırılarak hesaplamalar yapılmıştır.

Tablo 2. Karar Matrisi

Kriter Yönü	Fayda	Fayda	Fayda	Fayda	Fayda	Maliyet	Maliyet	Maliyet
Ülke	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
Brezilya	2091.11	10.2	266.04	7.564	75.096	281.21	6.45	9.855
Rusya	1764.86	12.1	482.16	8.535	31.510	362.55	7.56	5.388
Hindistan	2282.82	1.7	475.51	12.346	40.874	547.36	4.76	5.651
Çin	11363.25	8.1	2399.25	14.109	229.864	2170.28	2.47	4.572
Güney Afrika	385.46	6.9	107.11	8.038	4.247	106.73	5.31	26.215
Türkiye	846.84	10.7	220.53	12.459	13.06	245.93	10.14	10.513

2. Aşama: Entropi Yöntemine Göre Normalize Edilmiş Karar Matrisinin Oluşturulması

Her bir kriter değerinin toplamının ilgili alternatifin kriter değerine bölünmesiyle (Eşitlik 2) Tablo 3’te gösterilen normalize edilmiş karar matrisi oluşturulmuştur.

Tablo 3. Entropi Yöntemine Göre Normal Hale Getirilmiş Karar Matrisi

Ülke	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
Brezilya	0.112	0.205	0.067	0.120	0.190	0.076	0.176	0.158
Rusya	0.094	0.243	0.122	0.135	0.080	0.098	0.206	0.087
Hindistan	0.122	0.035	0.120	0.196	0.104	0.147	0.130	0.091
Çin	0.607	0.164	0.607	0.224	0.582	0.584	0.067	0.074
Güney Afrika	0.021	0.139	0.027	0.127	0.011	0.029	0.145	0.422
Türkiye	0.045	0.215	0.056	0.198	0.033	0.066	0.276	0.169

3. Aşama: Kriterlere İlişkin Entropi Değerlerinin Bulunması

İlk olarak normalize edilmiş karar matrisindeki her bir değer kendisi ile doğal logaritması çarpılarak ağırlıklandırılmıştır. Çalışmada toplam 6 tane karar alternatifi olduğundan 6’nın doğal logaritması

alınarak k sabiti elde edilmiştir. Son aşamada ise Eşitlik (3)'teki formül uygulanarak Tablo 4'te yer alan kriterlere ilişkin Entropi değerleri (E_{ij}) elde edilmiştir.

Tablo 4. Kriterlere İlişkin Entropi Değerleri

Ülke	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
Brezilya	-0.245	-0.325	-0.182	-0.254	-0.316	-0.195	-0.306	-0.292
Rusya	-0.223	-0.344	-0.257	-0.271	-0.202	-0.227	-0.325	-0.212
Hindistan	-0.256	-0.116	-0.255	-0.319	-0.235	-0.282	-0.265	-0.218
Çin	-0.303	-0.296	-0.303	-0.335	-0.315	-0.314	-0.181	-0.192
Güney Afrika	-0.080	-0.274	-0.098	-0.263	-0.049	-0.102	-0.280	-0.364
Türkiye	-0.140	-0.331	-0.161	-0.320	-0.113	-0.180	-0.355	-0.300
k sabiti	0.558							
E_{ij}	0.696	0.941	0.700	0.984	0.686	0.726	0.956	0.881

4 ve 5. Aşama: Farklılaşma Derecelerinin Bulunması ve Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

Bu aşamada, Eşitlik 4'teki formülden yararlanılarak farklılaşma dereceleri (d_j), Eşitlik 5'teki formülden yararlanarak ise kriter ağırlıkları (w_j) elde edilmiş ve Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Farklılaşma Dereceleri ile Kriter Ağırlıkları

Değerler	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
d_j	0.304	0.059	0.300	0.016	0.314	0.274	0.044	0.119
w_j	0.213	0.041	0.209	0.011	0.220	0.192	0.031	0.083

WASPAS ile BRICS-T Ülkelerinin Makroekonomik Performanslarının Değerlendirilmesi

1. Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

BRİCS-T ülkeleri için karar matrisi Tablo 2'de görülmektedir.

2. Aşama: Karar Matrisinin Normalize Edilmesi

Fayda yönlü kriterler için Eşitlik (7)'den, maliyet yönlü kriterler için ise Eşitlik (8)'den yararlanılarak Tablo 6'daki normalize edilmiş karar matrisine ulaşılmıştır.

Tablo 6. WASPAS Yöntemine Göre Normalize Edilmiş Karar Matrisi

Ülke	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
Brezilya	0.184	0.843	0.111	0.536	0.327	0.380	0.382	0.464
Rusya	0.155	1.000	0.201	0.605	0.137	0.294	0.326	0.849
Hindistan	0.201	0.142	0.198	0.875	0.178	0.195	0.518	0.809
Çin	1.000	0.675	1.000	1.000	1.000	0.049	1.000	1.000
Güney Afrika	0.034	0.572	0.045	0.570	0.018	1.000	0.464	0.174

Türkiye	0.075	0.886	0.092	0.883	0.057	0.434	0.243	0.435
---------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

3. Aşama: WSM'ye Dayalı i. Alternatifin Toplam Nispi Öneminin Hesaplanması

Eşitlik (9)'dan faydalanarak Tablo 7'de gösterilen WSP'ye dayalı i. Alternatifin nispi değeri hesaplanmıştır.

Tablo 7. WSM'ye Dayalı Toplam Nispi Önem Değerleri

Ülke	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
Brezilya	0.039	0.035	0.023	0.006	0.072	0.073	0.012	0.039
Rusya	0.033	0.041	0.042	0.007	0.030	0.056	0.010	0.071
Hindistan	0.043	0.006	0.041	0.010	0.039	0.037	0.016	0.067
Çin	0.213	0.028	0.209	0.011	0.220	0.009	0.031	0.083
Güney Afrika	0.007	0.024	0.009	0.007	0.004	0.192	0.014	0.015
Türkiye	0.016	0.037	0.019	0.010	0.012	0.083	0.007	0.036

4. Aşama: WPM'ye Dayalı i. Alternatifin Toplam Nispi Öneminin Hesaplanması

Eşitlik (10)'dan faydalanarak Tablo 8'de gösterilen WPM'ye dayalı i. Alternatifin nispi değeri hesaplanmıştır.

Tablo 8. WPM'ye Dayalı Toplam Nispi Önem Değerleri

Ülke	GYSIH (Milyar \$)	Kişi Başı GSYIH (Bin \$)	İhracat (milyar \$)	Büyüme Oranı	Doğrudan Yabancı Yatırım (milyar \$)	İthalat (milyar \$)	Enflasyon Oranı	İşsizlik Oranı
Brezilya	0.698	0.993	0.631	0.993	0.7822	0.831	0.971	0.938
Rusya	0.673	1.000	0.715	0.994	0.6464	0.791	0.966	0.986
Hindistan	0.711	0.923	0.713	0.998	0.6844	0.731	0.980	0.983
Çin	1.000	0.984	1.000	1.000	1.0000	0.561	1.000	1.000
Güney Afrika	0.487	0.977	0.522	0.994	0.4163	1.000	0.977	0.865
Türkiye	0.576	0.995	0.607	0.999	0.5328	0.852	0.957	0.933

5. Aşama: WSM ve WPM İçin Ağırlıklandırılmış Ortak Genel Kriter Değerlerinin Hesaplanması

Eşitlik (11)'den faydalanılarak Tablo 9'da gösterilen WSM ve WPM için Ağırlıklı ortak genelleştirilmiş kriter değerleri hesaplanmış ve ülkeler başarı puanlarına göre sıralanmıştır.

Tablo 9. Ağırlıklandırılmış Ortak Genel Kriter Değerleri ve Nihai Ülke Başarı Sıralaması

Ülke	$Q_i^{(1)}$	$Q_i^{(2)}$	Q_i	Sıralama
Brezilya	0.298	0.257	0.278	2
Rusya	0.291	0.233	0.262	3
Hindistan	0.260	0.225	0.242	4
Çin	0.804	0.552	0.678	1
Güney Afrika	0.271	0.087	0.179	6
Türkiye	0.221	0.141	0.181	5

BRICS-T ülkeleri içinde son 10 yılın en iyi makroekonomik performansına sahip ülke Çin'dir. Ağırlıklandırılmış ortak genel kriter değerleri incelendiğinde diğer 5 ülkenin 0.2'ye yakın değerler

aldığı görülürken Çin'in 0.678 değerine sahip olduğu, yani makroekonomik performansının diğer ülkelerden açık ara daha iyi olduğu göze çarpmaktadır. Çin'den sonra en başarılı ülke Brezilya'dır. Rusya 3. sırada yer almıştır ancak 4. sıradaki Hindistan, Rusya'ya oldukça yakın bir makroekonomik performansa sahiptir. Brezilya, Rusya ve Hindistan'ın ağırlıklandırılmış ortak genel kriter değerleri sırasıyla 0.278, 0.262 ve 0.242'dir ve birbirlerine oldukça yakın değerler oldukları göze çarpmaktadır. Türkiye ise bu 3 ülkenin bir miktar gerisinde kalmıştır ve Hindistan'dan sonra makroekonomik performans sıralamasında en başarılı 5. ülkedir. Araştırma bulgularına göre BRICS-T ülkeleri arasında son 10 yılda en kötü makroekonomik performansa sahip ülke ise Güney Afrika bulunmuştur.

6. Aşama: Karar Alternatiflerinin Göreceli Önem Değerinin Hesaplanması

Bu aşamada Eşitlik (12)'den yararlanılarak farklı λ değerlerine göre karar alternatiflerinin göreceli önem değerleri ortaya konulmuş ve bu değerlere göre büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır.

Tablo 10. WASPAS Yöntemine Göre λ 'nın Performans Sıralaması Üzerinde Etkisi

Alternatif λ Değerleri ve Sıralamalar								
Ülke	$\lambda=0$	Sıralama	$\lambda=0.25$	Sıralama	$\lambda=0.75$	Sıralama	$\lambda=1$	Sıralama
Brezilya	0.257	2	0.267	2	0.288	2	0.812	2
Rusya	0.233	3	0.247	3	0.276	3	0.757	3
Hindistan	0.225	4	0.234	4	0.251	4	0.709	4
Çin	0.552	1	0.615	1	0.741	1	1.909	1
Güney Afrika	0.087	6	0.133	6	0.225	5	0.445	6
Türkiye	0.141	5	0.161	5	0.201	6	0.503	5

Tablo 10'da BRICS-T ülkelerinin son 10 yıldaki ortalama makroekonomik başarı sıralamaları farklı λ değerleri ve bu değerlere göre başarı sıralamaları gösterilmiştir. 0, 0.25 ve 1 ve genel λ değerinde ülke sıralamaları birbiriyle aynıdır. Yalnızca λ 'nın 0.75 olduğu durumda genel olarak son sırada bulunan Güney Afrika, Türkiye'nin önüne geçerek 5. Sırada yer almıştır. Tüm λ değerlerinde benzer sıralamaların görülmesi λ 'nın 0.5 olduğu yani genel makroekonomik performans sıralamasının güvenilir ve tutarlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 11. BRICS-T Ülkelerinin Yıllar Bazında Performans Başarı Sıralamaları

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ülke	Q_i	n	Q_i	n	Q_i	n	Q_i	n	Q_i	n
Brezilya	0.3	2	0.3	3	0.2	3	0.1	4	0.1	5
Rusya	0.3	3	0.3	2	0.3	2	0.2	4	0.1	5
Hindistan	0.2	4	0.2	4	0.2	4	0.2	2	0.2	2
Çin	0.6	1	0.7	1	0.6	1	0.7	1	0.6	1
Güney Afrika	0.2	6	0.1	6	0.1	6	0.1	6	0.1	6
Türkiye	0.2	5	0.2	5	0.2	5	0.1	3	0.2	4

Tablo 11'de BRICS-T ülkelerinin makro ekonomik performans sıralamaları yıllar bazında sunulmuştur. Bu aşamada her bir yıl için ayrı karar matrisleri oluşturulmuş ve her yılın kendi rakamları üzerinden Entropi ve WASPAS yöntemleri uygulanmıştır. Çin ilgili yılların tamamında ilk sırada yer almıştır. 2011-2014 yılları arasında Brezilya yüksek makroekonomik performans sergilese de 2015 ve 2016 yıllarında ekonomik olarak küçülme yaşamıştır ve bu durum makroekonomik

performansını olumsuz etkilemiştir. Brezilya 2015 yılında Hindistan ve Türkiye'nin, 2016 yılında ise Hindistan, Rusya ve Türkiye'nin gerisine düşmüştür. 2012, 2013 ve 2020 yıllarında Rusya 2. sırada yer almıştır. 2012 ve 2013 yıllarında diğer 8 yıldan daha yüksek makroekonomik performans sergilemiştir. 2020 yılında puanı çok yüksek olmasa da Covid-19 pandemisinin de etkisiyle Çin dışındaki diğer ülkelerin önünde yer almayı başarmıştır. 2011-2013 yıllarında 4. Sırada yer alan Hindistan, 2015 yılında Rusya ve Brezilya'nın ekonomik küçülmeye gitmesi ve devamındaki yıllarda Hindistan'ın kendi makroekonomik performansını yükseltmesi nedeniyle 2020 yılına kadar 2. sırada kendine yer bulmuştur. 2020 yılında 5.'liğe kadar gerileyen Hindistan Covid-19 pandemisinden en çok olumsuz etkilenen ülke olmuştur. Hindistan'ın 2020 yılında yaşadığı yiyecek krizi de ekonomik performansının kötüye gitmesini derinlemesine etkilemiştir. Türkiye ise en yüksek sıralamasını 3. olarak 2015 yılında gerçekleştirmiştir. Ancak bu durum Türkiye'nin yüksek performans göstermesinden değil, Rusya ve Brezilya'nın 2015 yılında ekonomik küçülmeye gitmesinden kaynaklanmıştır. 2018 ve 2019 yıllarında Türkiye'nin genel ve yıl bazlı sıralamalarda 6. sırada bulunan Güney Afrika'nın da gerisine düşerek son sıraya yerleştiği göze çarpmaktadır.

SONUÇLAR, KISITLAMALAR VE GELECEK ÇALIŞMALAR

Bu çalışmada 2011-2020 yıllarını kapsayan verilerden hareketle BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performansları, Entropi ve WASPAS yöntemleri kullanılarak belirlenmiştir. Makroekonomik performansın hesaplanmasında GSYİH, kişi başı GSYİH, ihracat, büyüme oranı, doğrudan yabancı yatırım, ithalat, enflasyon oranı, işsizlik oranı olmak üzere toplam 8 adet kriter kullanılmıştır. En yüksek önem derecesine sahip kriter doğrudan yabancı yatırım olup diğer kriterlerin yüksekten düşüğe doğru ağırlıkları ihracat, GSYİH, ithalat, işsizlik oranı, büyüme oranı, kişi başı GSYİH ve enflasyon oranı şeklindedir.

2011-2020 yılları arasında gerek yıl bazlı gerekse de genel performans sıralamasında Çin, BRICS-T ülkeleri içerisinde açık ara en iyi makroekonomik performansa sahip ülkedir. Çin'in GSYİH, ihracat ve doğrudan yabancı yatırım rakamlarında diğer ülkelere kıyasla bariz üstünlüğünün bulunması ve işsizlik ve enflasyon oranının da diğer ülkelere kıyasla daha düşük seviyede olması bu sonucun ortaya çıkmasının nedeni olarak değerlendirilebilir. İhracata dayalı büyüme modelini uzun yıllardır kullanmaya devam eden Çin, özellikle 2010 yılından sonra teknoloji yoğun üretime geçerek ucuz işgücüyle anılan bir ülke olmaktan çıkmış ve kişi başına düşen GSYİH tutarını sürekli olarak artırmayı başarmıştır.

2011-2014 yılları arasındaki makroekonomik performansı ile dikkat çeken Brezilya, genel performans sıralamasında Çin'den sonraki en başarılı ülke konumundadır. Brezilya'nın GSYİH ve doğrudan yabancı yatırımda Çin haricindeki diğer ülkelere kıyasla oldukça iyi rakamlara sahip olduğu görülmektedir. Brezilya ekonomisinin 2015 ve 2016 yıllarında yaklaşık %3 oranında küçülmesi, ithalat ortalamasının ihracat ortalamasından yüksek olması ve Hindistan'ın özellikle son yıllardaki hızlı yükselişi, Brezilya'nın genel sıralamadaki konumunu gelecekte kaybedeceği düşüncesini ortaya

çıkarmaktadır. Ancak Hindistan'ın Covid-19 pandemisi karşısında başarısız olması ve Rusya-Ukrayna krizi nedeniyle Rusya'nın özellikle batılı ülkeler tarafından ağır ekonomik yaptırımlara uğraması Brezilya'nın ikincilik konumunu kaybetmeyeceği yönündeki ihtimali artırmaktadır.

Rusya, 2010-2019 yıllarına ait genel başarı sıralamasında Hindistan ile çok yakın bir başarı puanına sahip olarak 3. sırada yer almış ve özellikle son yıllardaki ekonomik yükselişle dikkat çekmektedir. Rusya'nın genel başarı sıralamasında Hindistan'dan daha başarılı bir performans elde etmesinin nedenleri arasında Hindistan'ın GSYİH'sının düşük olması, yüksek nüfusunun da dikkate alındığında kişi başına düşen GSYİH'da diğer ülkelerin gerisinde kalması, ithalatının ihracatından yüksek olması gösterilebilmektedir.

Hindistan ise 2014 yılından 2020 yılına kadar 2. sıradaki yerini koruyarak BRCS-T ülkeleriyle arasında olan makroekonomik performans makasını gün geçtikçe daha da artırmıştır. Ancak Covid-19 pandemisinin patlak vermesiyle Hindistan, bu süreci iyi yönetememiş ve ülkede yiyecek krizi ortaya çıkmıştır. Bu durum Hindistan'ın BRCS-T ülkeleri karşısında bir anda 5. sıraya kadar gerilemesine neden olmuştur. Ancak yüksek büyüme oranı ve iyi seviyelerdeki enflasyon ve işsizlik oranları göz önünde bulundurulursa Hindistan'ın tıpkı son yıllarda olduğu gibi genel başarı sıralamasında da 2. sıradaki Brezilya'yı geçeceği ve Rusya ile performans düzeyi arasındaki farkı artıracığı tahmin edilmektedir.

BRICS grubunda yer alması da özellikle son yıllarda ortaya çıkan bir çok araştırmada BRICS ülkeleri ile birlikte değerlendirilen Türkiye, bu araştırmanın karar alternatiflerinden biridir. Türkiye BRICS ülkeleri ile kıyaslandığında yaklaşık 11 bin dolar ile Rusya'dan sonra en yüksek kişi başına düşen GSYİH rakamına ve Çin'den sonra en yüksek büyüme oranı ortalamasına sahip ülkedir. 2011, 2013 ve 2017 yıllarında BRICS ülkelerinden daha yüksek büyüme oranına ulaşılmıştır. Ancak bu başarı gerek genel performans sıralamasında gerekse de yıl bazlı sıralamada Türkiye'nin BRICS ülkelerinin önüne geçmesine yetmemiştir. Özellikle Türkiye, yüksek nüfus gücü ve önemli jeopolitik konumuna rağmen, 2018 ve 2019 yıllarında diğer BRICS ülkelerinin gerisinde kalarak sonuncu olmuştur. Türkiye, sonuncu olmasının yanında en düşük makroekonomik performans puanını da 2019 yılında almıştır.

Son 10 yılda BRICS-T ülkeleri içerisinde en kötü makroekonomik performansına sahip ülke Güney Afrika olsa da 2018 ve 2019 yıllarında Türkiye'den yüksek performans sergilemeyi başarmıştır. Güney Afrika'nın GSYİH, ihracat ve doğrudan yabancı yatırım rakamlarının diğer BRICS-T ülkelerinden daha düşük olması ve işsizlik oranı ortalamasında BRICS-T ülkeleri içerisinde kendisine en yakın puana sahip olan Türkiye'nin 2 katından daha yüksek bir ortalamaya sahip olması bu başarısızlığın nedenleri arasında gösterilebilir. Güney Afrika'nın diğer ülkelere kıyasla en düşük nüfusa sahip olması (yaklaşık 60 milyon), ithalat ve ihracat rakamlarının düşük seviyelerde kalması, coğrafi dezavantajı nedeniyle doğrudan yabancı yatırımları ülkeye çekememesi gibi nedenler de

Güney Afrika'nın makroekonomik performansta diğer ülkelerin gerisinde kalmasındaki diğer nedenlerdir.

Bu araştırmada bazı kısıtlar mevcuttur. Öncelikle BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performansının ortaya konulduğu bu araştırma karar alternatifleri bakımından kısıtlıdır. Araştırmada kullanılmak üzere elde edilen veriler 2011-2020 yıllarını kapsadığından zaman yönüyle sınırlandırılmıştır. Araştırmada kullanılan kriterlerden başka birçok makroekonomik performans kriteri bulunmaktadır. Son olarak bu araştırmada Entropi tabanlı WASPAS yöntemi kullanıldığından diğer çok kriterli karar verme yöntemleri göz ardı edilmiştir.

Gelecek çalışmalarda, farklı kriterler de göz önünde bulundurularak BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performansları değerlendirilebilir ve sonuçları, bu araştırmanın sonuçlarıyla karşılaştırılabilir. BRICS-T ülkeleriyle birlikte değerlendirilebilecek potansiyele sahip yükselen ekonomiler karar alternatifi havuzuna eklenebilir. Bu araştırmadan daha kısıtlı ya da geniş zaman dilimleri belirlenerek BRICS-T ülkelerinin makroekonomik performansları zamansal dilimler halinde gözlemlenebilir. Bu araştırmada kullanılan çok kriterli karar verme yöntemlerinden farklı yöntemlerle BRICS-T ülkeleri yeniden değerlendirilebilir ve bu araştırmanın bulgularıyla karşılaştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Akçakanat, Ö., Eren, H., Aksoy, E. ve Ömürbek, V. (2017). Bankacılık sektöründe Entropi ve WASPAS yöntemleri ile performans değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 285-300.
- Al, İ. ve Baday Yıldız, E. (2019). Türkiye'nin 2006-2017 dönemi makroekonomik performansı: Sihirli kare yaklaşımı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 303-320.
- Altay Topcu, B. ve Oralhan, B. (2017). Türkiye ve OECD Ülkeleri'nin temel makroekonomik göstergeler açısından çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırılması. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(14), 260-277.
- Ayçin, E. (2020). *Çok kriterli karar verme: Bilgisayar uygulamalı çözümler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aydın, Ü., Ural, M. ve Demirelli, E. (2018, Ekim). *Türk bankacılık sektöründe ENTROPİ ve WASPAS yöntemleri ile finansal performans ölçümü*. Uluslararası Katılımlı 22. Finans Sempozyumu, Mersin, 1123-1138.
- Ayyıldız, E. ve Murat, M. (2017). Türkiye'de yer alan şehirlerin eğitim performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri kullanılarak belirlenmesi. *Kent Akademisi*, 10(30), 255-267.
- Belke, M. (2020). CRITIC ve MAIRCA yöntemleriyle g7 ülkelerinin makroekonomik performansının değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(Temmuz 2020 (Özel Ek)), 120-139.
- Benlialper, A., Cömert, H. ve Düzçay, G. (2016). 2002 sonrası Türkiye ekonomisinin performansı: karşılaştırmalı bir analiz. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 43, 65-110.
- Bulut, H. ve Doğan, A. R. (2020). Rekabet gücü ve büyüme ilişkisi: BRICS-T ülkeleri üzerine ekonometrik bir analiz. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 4(Özel Sayı 1), 126-144.
- Cihan, Y., & Salur, M. N. (2017). Comparison of the economic performance between Turkey and BRICS countries using TOPSIS method. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 7(2), 350-358.
- Coşkun, B., Öncü, M. A., İstemi, Ç. ve Hiçyılmaz, E. (2021). COVID-19'un banka finansal performanslarına etkisinin Entropi ve WASPAS yöntemiyle analizi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi (IJBEMP)*, 5(2), 810-828.
- Çilek, A. ve Karavardar, A. (2021). Entropi tabanlı WASPAS yöntemiyle Karadeniz Bölgesi'ndeki şehirlerin bankacılık performansının analizi: 2014-2019 dönemi. *OPUS International*

Journal of Society Researches, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1484-1513. doi: [10.26466/opus.866120](https://doi.org/10.26466/opus.866120)

- Daşbaşı, B., Barak, D. ve Çelik, T. (2019). Türkiye için makroekonomik performans endeksinin analizi (1990-2017): Yapay sinir ağı yaklaşımı. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 93-112. doi: [10.33399/biibfad.589206](https://doi.org/10.33399/biibfad.589206)
- Ela, M., Dogan, A. ve Ucar, O. (2018). Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye'nin makroekonomik performanslarının TOPSIS yöntemi ile karşılaştırılması. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 129-143.
- Erdoğan, H. H., & Kırbaç, G. (2021). Financial performance measurement of logistics companies based on Entropy and WASPAS methods. *Journal of Business Research-Turk*, 13(2), 1093-1106. doi: [10.20491/isarder.2021.1186](https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1186)
- Eş, A. ve Kök, E. (2020). Banka performanslarının Entropi tabanlı WASPAS yöntemiyle analizi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 233-250.
- Eyüboğlu, K. (2016). Comparison of developing countries' macro performances with AHP and TOPSIS method. *Çankırı Karatekin University Journal of the Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 6(1), 131-146. doi: [10.18074/cnuibf.278](https://doi.org/10.18074/cnuibf.278)
- Eyüboğlu, K. (2017). Türk dünyasında yer alan ülkelerin makro performanslarının karşılaştırılması. *Journal of Social Sciences of the Turkic World*, 83, 331-350.
- Firme, V. D. A. C., & Teixeira, J. R. (2014). Index of macroeconomic performance for a subset of countries: A Kaldorian analysis from the magic square approach focusing on Brazilian economy in the period 1997-2012. *Panoeconomicus*, 5(Special Issue), 527-542. doi: [10.2298/PAN1405527F](https://doi.org/10.2298/PAN1405527F)
- Gezen, A. (2019). Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının Entropi ve WASPAS yöntemleri ile performans analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (84), 213-232. doi: [10.25095/mufad.625812](https://doi.org/10.25095/mufad.625812)
- Göktolga, Z. G., Karakış, E. ve Türkay, H. (2015, Ağustos). *Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin ekonomik performanslarının TOPSIS metodu ile karşılaştırılması*. Proceedings of the International Conference on Eurasian Economies, Kaposvár, Hungary, 321-329.
- Hutton, A., Dow, A., & Deeney, T. (1988). Meaning and measurement of national economic success: UK relative economic performance in the 1980s. *Economic Issues*, 3(2), 73-86.
- Karaca, S. S., Altemur, N. ve Çevik, M. (2020). Bankacılık sektöründe performans analizi: Entropi ve WASPAS yöntemi uygulaması. *Malatya Turgut Özal Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 46-76.

- Kibritçioğlu, A. (2007). *Türkiye'deki Hükümetlerin Makroekonomik Performanslarının Bir Karşılaştırması, 1987-2007*. Munich Personal RePec Archive, 3962. Erişim Adresi: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/3962/>
- Koçyiğit, A., Bayat, T., Kayhan, S., & Şentürk, M. (2015). Short and long term validity of export-led growth hypothesis in BRICS-T countries: A frequency domain causality approach. *Stud*, 4(3), 117-129.
- Madić, M., Gecevska, V., Radovanović, M., & Petković, D. (2014). Multi-criteria economic analysis of machining processes using the WASPAS method. *Journal of Production Engineering*, 17(2), 1-6.
- Masca, M. (2017). Economic performance evaluation of European Union countries by TOPSIS method. *North Economic Review*, 1(1), 83-94.
- Morazán, P., Knoke, I., Knoblauch, D., & Schäfer, T. (2012). *The role of BRICS in the developing world*. EPRS: European Parliamentary Research Service, Brussels. Retrieved from <https://policycommons.net/artifacts/1334337/the-role-of-brics-in-the-developing-world/1939760/>
- Ongun, U., Dağlı, İ., & Kösekahyaoğlu, L. (2021). Comparison of the Pre-Pandemi Performances of the Leading Countries in Tourism with Entropy and WASPAS Methods. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 259-271.
- Orçun, Ç. (2019). Enerji sektöründe WASPAS yöntemiyle performans analizi. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 439-453. doi: [10.11616/basbed.v19i47045.537839](https://doi.org/10.11616/basbed.v19i47045.537839)
- Öztürk, Z. ve Bayramoğlu, F. M. (2018, Nisan). *Üyelik sürecinde Türkiye'nin makroekonomik performansının Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırılması*. Proceedings of International Congress on Afro - Eurasian Research IV, Budapeşte, 314-322.
- Picek, O. (2017). The magic square of economic policy measured by a macroeconomic performance index. *The New School for Social Research Working Paper*, 02/2017, 1-32, Retrieved from <http://www.economicpolicyresearch.org/>
- Rani, R., & Kumar, N. (2018). Is there an export-or import-led growth in BRICS countries? An empirical investigation. *Jindal Journal of Business Research*, 7(1), 13-23. doi: [10.1177/2278682118761748](https://doi.org/10.1177/2278682118761748)
- Sevgin, H. ve Kundakci, N. (2017). TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerin ve Türkiye'nin ekonomik göstergelere göre sıralanması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(3), 87-107. doi: [10.18037/ausbd.417281](https://doi.org/10.18037/ausbd.417281)

- Tian, X., Sarkis, J., Geng, Y., Bleischwitz, R., Qian, Y., Xu, L., & Wu, R. (2020). Examining the role of BRICS countries at the global economic and environmental resources nexus. *Journal of Environmental Management*, 262, 110330. doi: [10.1016/j.jenvman.2020.110330](https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.110330)
- Uludağ, A. S., & Ümit, A. Ö. (2020). An analysis of value-added production and macroeconomic performances of the Turkic countries via DEMATEL and COPRAS methods. *Sosyoekonomi Journal*, 28(45): 139-164. doi: [10.17233/sosyoekonomi.2020.03.09](https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2020.03.09)
- Ural, M., Demireli, E. ve Güler Özçalık, S. (2018). Kamu bankalarında performans analizi: Entropi ve WASPAS yöntemleri ile bir uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 129-141. doi: [10.30794/pausbed.414721](https://doi.org/10.30794/pausbed.414721)
- Urfalıoğlu, F. ve Genç, T. (2013). Çok kriterli karar verme teknikleri ile Türkiye'nin ekonomik performansının Avrupa Birliği üye ülkeleri ile karşılaştırılması. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 35(2), 329-360. doi: [10.14780/iibdergi.201324469](https://doi.org/10.14780/iibdergi.201324469)
- van der Hoek, M. P. (1992). Judging the performance of an economy with an application to the Netherlands. *Review of Political Economy*, 4(1), 79-94. doi: [10.1080/09538259200000004](https://doi.org/10.1080/09538259200000004)
- Wang, T. C., & Lee, H. D. (2009). Developing a fuzzy TOPSIS approach based on subjective weights and objective weights. *Expert systems with applications*, 36(5), 8980-8985. doi: [10.1016/j.eswa.2008.11.035](https://doi.org/10.1016/j.eswa.2008.11.035)
- World Bank. (2020). Retrieved April 23, 2022, from <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?view=chart>
- Zavadskas, E. K., Turskis, Z., Antucheviciene, J., & Zakarevicius, A. (2012). Optimization of weighted aggregated sum product assessment. *Elektronika ir elektrotechnika*, 122(6), 3-6. doi: [10.5755/j01.eee.122.6.1810](https://doi.org/10.5755/j01.eee.122.6.1810)
- Zavadskas, E. K., Antucheviciene, J., Sapraskas, J., & Turskis, Z. (2013). MCDM methods WASPAS and MULTIMOORA: Verification of robustness of methods when assessing alternative solutions. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 47(2), 5-20.
- Zhang, H., Gu, C. L., Gu, L. W., & Zhang, Y. (2011). The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy – A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management*, 32(2), 443-451. doi: [10.1016/j.tourman.2010.02.007](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.007)

Geliş Tarihi:

24.06.2022

Kabul Tarihi:

16.10.2022



Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Gürel E., & Gönkek, P. (2022). Spor, kültür ve dil: Türkçede bulunan atasözü ve deyimler üzerine bir içerik analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1341-1364. doi: 10.46928/iticusbe.1135351

SPOR, KÜLTÜR VE DİL: TÜRKÇEDE BULUNAN ATASÖZÜ VE DEYİMLER ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ



Araştırma

Emet Gürel  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Ege Üniversitesi

emet.gurel@ege.edu.tr

Pelin Gönkek  

Ege Üniversitesi

pegin.gonkek@ege.edu.tr

Emet Gürel, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden lisans, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden yüksek lisans ve doktora derecelerine sahiptir. Anadolu Üniversitesi'nden kültürel miras ve turizm alanında ön lisans, felsefe alanında lisans derecelerine de sahip olan Gürel'in çalışma alanlarını; iş iletişimi, iletişim yönetimi, stratejik iletişim ve iletişim çalışmaları oluşturmaktadır.

Pelin Gönkek Ege Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde araştırma görevlisidir. Ege Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nden lisans ve Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü'nden yüksek lisans derecelerine sahiptir. Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Spor Yönetimi Bilimleri Anabilim Dalı'nda doktora eğitimine devam eden Gönkek'in çalışma alanlarını spor iletişimi, spor pazarlaması ve spor yönetimi oluşturmaktadır.

SPOR, KÜLTÜR VE DİL: TÜRKÇEDE BULUNAN ATASÖZÜ VE DEYİMLER ÜZERİNE BİR İÇERİK ANALİZİ

Emet Gürel
emet.gurel@ege.edu.tr
Pelın Gönkek
pelin.gonkek@ege.edu.tr

Özet

Amaç: Spor; beden, zihin ve ruh gelişimine hizmet eden bireysel ya da takım halinde gerçekleştirilebilen ve belirli kurallara tabi olan eylem olarak tanımlanabilmektedir. Spor; bireyi performans sergilemeye, rekabete, dayanışmaya, takımdaşlığa, başarıya yöneltmekte ve kişisel gelişime katkıda bulunmaktadır. Sporun tarihsel gelişimi, uygarlık tarihine koşut bir seyir izlemektedir. Öyle ki modern sporun gelişimini, kapitalizmin gelişimi üzerinden çözümlenmek mümkündür. Bu paralelde sporun ilk ortaya çıkışı, insanın kendi varlığını keşfetmesi ve doğayla mücadeleye girmesi ile ilişkilendirilebilmektedir. Spor, aynı zamanda kültürel bir eylemdir. Huizinga'nın oyun oynayan insanı simgeleyen 'homo ludens' kavramı ile işaret ettiği gibi, yeryüzünde insana ait her şeyin başlangıcının oyun olduğuna dikkat çekmek ve 'önce oyun vardı' saptamasını yapmak mümkündür. Huizinga'ya göre kurgusal olduğu bilinen ve gündelik hayatın dışında yer alan, bununla birlikte oyuncuyu da tamamen içine çeken, gönüllü ve özgür bir eylem olan oyun; tarih boyunca, hayatın her alanında kültürün temel ögesi olarak varlığını sürdürmüştür. Oyunun kültürle olan bağından ve oyunun evvel ezel niteliğinden hareket eden bu çalışma; spor olgusunun Türkçedeki yer ve önemini atasözleri ve deyimler üzerinden araştırmayı amaçlamaktadır.

Yöntem: Nitel desende oluşturulan çalışma, Türk Dil Kurumu Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü'nü evren kabul ederek tasarlanmış ve içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Araştırma kapsamında Türkçede bulunan spor olgusu ile ilgili atasözleri ve deyimler tespit edilmiş ve oluşturulan kategoriler uyarınca değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ise elde edilen bulgular yorumlanmış ve gelecek araştırmalara yönelik öneriler sunulmuştur.

Özgünlük: Çalışmada ulaşılan en temel sonuç, Türkçede bulunan deyimlerde spor olgusunun oldukça önemli bir yer arz etmesidir.

Anahtar Kelimeler: Spor, Kültür, Dil, İçerik Analizi, Türkçe, Atasözü, Deyim

JEL Sınıflandırılması: Z1, Z10

SPORT, CULTURE AND LANGUAGE: A CONTENT ANALYSIS ON PROVERBS AND IDIOMS IN TURKISH LANGUAGE

Abstract

Purpose: The sport can be defined as the action, which can be performed individually or as a team and subject to certain rules, that serves the development of body, mind, and soul. Sport leads the individual to performance, competition, solidarity, teamwork, and success meanwhile contributes to personal development. The historical development of sports follows a course parallel to the history of civilization. It is possible to analyze the development of modern sport through the development of capitalism. In this parallel, the first appearance of sport can be associated with the discovery of one's own existence and the struggle against nature. Sport is also a cultural act. As Huizinga points out with the concept of 'homo ludens' it is possible to draw attention to the fact that the beginning of everything pertaining to humans is the game. According to Huizinga, the game that is known to be fictional and out of everyday life, which is also a voluntary and free action that completely engages the player; throughout history, it has survived as a fundamental element of culture in every aspect of life. This study is based on the connection of the game with the culture and existence of the game from all eternity, aims to investigate the place and importance of sports phenomenon in Turkish by means of proverbs and idioms.

Method: The study is performed with qualitative design, is designed by adopting the Turkish Language Association Proverbs and Idioms Dictionary as a universe and carried out with the content analysis method.

Findings: Proverbs and idioms related to the sports phenomenon in the Turkish language determined and evaluated according to the categories. In the conclusion part of the study, findings interpreted and suggestions for future studies presented.

Originality: The main conclusion reached in the study is that the phenomenon of sports has a very important place in idioms in Turkish language.

Keywords: *Sports, Culture, Language, Content Analysis, Turkish, Proverb, Idiom*

JEL Classification: Z1, Z10

GİRİŞ

Spor, en genel anlamıyla belirli kurallara ve tekniklere uygun olarak bedeni geliştirmek amacıyla yapılan beden hareketleridir. Uygarlık tarihinde eski çağlardan günümüze dek önemli bir konuma sahip olan spor, insanla ve kültürle yakından ilişkilidir. Bu bağlamda sporun; kültürel değerlerin şekillendirilmesinde, aktarılmasında ve yaşatılmasında belirgin bir rol oynadığını ifade etmek mümkündür. İnsanın bireysel ve toplumsal gelişimi, spor olgusunun gelişimi ile koşutluk arz etmektedir. Başlangıçta doğal yaşamın bir gereği olarak gündelik faaliyetlerde kendisini gösteren spor, zamanla boş zamanı değerlendirme aracına dönüşerek bir eğlence ve bir oyun olarak kabul görmüştür. Günümüzde ise kendine özgü eğitim-öğretim programına ve formasyonuna sahip bir ‘meslek’, gün geçtikçe hareketsiz ve sağlıksız yaşam tarzına alternatif bir ‘faaliyet’, yüksek kâr marjına sahip organizasyonların yapılabilmesini sağlayan uygun bir ‘ortam’, girdi-çıkıtı dengesine dayanan farklı sportif faaliyetleri içeren bir ‘sektör’ olarak varlık göstermektedir. Kapsadığı yaygınlık ve sahip olduğu işlevsellik nedeniyle sporu, kültürel çalışma bağlamında incelemekte ve sporun dile yönelik yansımalarını mercek altına almakta yarar vardır.

Çalışma kapsamında spor olgusunun Türkçedeki görünümünü ortaya koymak, diğer bir ifadeyle sporun Türk kültüründeki yer ve öneminin Türkçeye yansımalarını gözler önüne sermek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda öncelikle spor olgusuna ilişkin kavramsal bir çerçeve oluşturulmuş, ardından Türkçede bulunan ve spor olgusunu konu alan atasözleri ile deyimleri içeren bir içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Fransızca ‘sport’ kelimesinden Türkçeye girmiş olan spor; bedeni ya da zihni geliştirmek amacıyla kişisel veya toplu olarak gerçekleştirilen, bazı kurallara göre uygulanan hareketlerin tümüdür (Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük, 2022). Etimolojik köken itibarıyla ele alındığında spor kelimesi, 1400’ler ile tarihlenen ve “zevk almak, kendini eğlendirmek” gibi anlamlar ifade eden eski Fransızca bir kelimedir. 15. yüzyılın sonlarından itibaren ise, “açık havada egzersiz yaparak ve bazı oyunlara katılarak kendini eğlendirmek” şeklindeki kısıtlı anlamına kavuşmuştur (Harper, 2022).

Cambridge English Dictionary’de (2022) spor; “zevk için ve/veya iş olarak kurallara göre oynanan veya yapılan fiziksel çaba ve beceri gerektiren oyun, yarışma veya aktivite” olarak karşılık bulmaktadır. Tomlinson’a (2010) göre spor; “bir performansta ya da yarışmada elde edilen bir beceriye ve bir rekabet sonucunda ölçülebilir bir başarıya dayanan genellikle fiziksel bir eforla ilişkilendirilen insan etkinliği” olarak tanımlanmaktadır. Sutula (2018) önemli bir sosyal-kültürel bir olgu olarak nitelediği sporu; insanların yarışmalara hazırlanmalarına ve katılmalarına yönelik fiziksel egzersizlerle bağlantılı aktivitelerden oluşan, tarihsel bağlamda bireysel ve toplumsal düzeyde önemli sonuçları olan bir etkinlik olarak tanımlamaktadır. Fişek (1998) ise sporu; geniş boyutlu, geniş kapsamlı ve evrensel bir olgu olarak ele almaktadır. Bu bağlamda “spor; yapan -sporcu- açısından kazanmaya dönük teknik ve fizik bir çaba, izleyen -seyirci- açısından yarışmaya dayalı estetik bir

süreç, toplum geneline oluşturulan bütün içinde yerine göre o *toplumun çelişki ve özelliklerini yansıtan bir ayna*, yerine göre de onu yönlendirebilen *etkili bir araç*” olarak tanımlanabilmektedir (Fişek, 1998: 34).

Tüm bu tanımların da işaret ettiği üzere spor, insani ve toplumsal bir süreçtir. “Spor, özde insana doyum veren bir oyun, bir başka deyişle ilk insansı yaratıklardan günümüz insanına ve hayvanlar dünyasının önemli bir bölümüne genelleşebilen ‘oynaşma’ güdüsünün gelişkin, örgütlü, kurallara uygun bir uzantısıdır. Bugün ulaştığı gelişkinlik düzeyinde spor; teknik, estetik, fiziki bir süreçtir” (Fişek, 2003: 49-50). Spor, özde insani olsa da aynı zamanda toplumsaldır ve önemli bir toplumsal kurumdur. Toplumun beğeni, değer ve çelişkilerini yansıtmakta, toplumun ona yüklediği işlevleri yerine getirmektedir.

Sporun tarihinin, uygarlık tarihine koşut olduğunu ifade etmek mümkündür. Huizinga (2010: 16), oyunun kültürden daha eski olduğuna dikkat çekmektedir. Oyun, en basit biçimlerinde bile ve hayvan hayatının içinde, tamamen fizyolojik bir olgudan daha fazla bir şeydir. Bizatihi bir oyun olarak, tamamen biyolojik ve en azından tamamen fiziksel bir faaliyetin sınırlarını aşmaktadır. Oyun, anlam bakımından zengin bir işlemdir. Oyunda, yaşamın doğrudan gereksinimlerini aşan ve eyleme anlatı katman bağımsız bir unsur ‘oynamaktadır’. Her oyun bir anlam taşımaktadır. Hangi açıdan ele alınırsa alınsın, oyunun bu ‘kasıtlı karakteri, bizatihi özünün içinde yer alan maddi olmayan bir unsurun varlığını açık etmektedir.

Oyun, tarih boyunca hayatın her alanında kültürün temel ögesi olarak varlığını sürdürmüştür. Öyle ki oyun, kolektif hayatın tüm önemli biçimlerinin ortaya çıkışında etkin bir rol oynamıştır. Huizinga’ya (2010: 50) göre “oyun; özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bizatihi bir amaca sahip olan, gerilim ve sevinç duygusu ile ‘alışılmış hayattan ‘başka türlü olmak’ bilincinin eşlik ettiği, iradi bir eylem veya faaliyettir”. Bu bağlamda oyun; kurgusal olduğu bilinen ve gündelik hayatın dışında yer alan, bununla birlikte oyuncuyu da tamamen içine çeken, gönüllü, özgür bir eylemdir. Sınırları özellikle belirlenmiş zaman ve mekân içinde gerçekleşen, her türlü maddi çıkardan ve yarardan uzak olan bu eylem, verilen kurallara göre, belli bir düzen içinde yerine getirilmektedir.

Tarihsel süreç içinde spor, başlangıçtaki görünümü ile kalmamış ve değişmiş, gelişmiş, karmaşıklaşmıştır. Bu bakış açısı uyarınca spor, çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Spor olgusunun kapsamını anlamak konusunda yardımcı olan bu sınıflandırmalar, ilgili spor dalının gerektirdiği özellikler temel alınarak gerçekleştirilmektedir. Spor türlerinin sınıflandırılmasında sporun doğasında bulunan rekabet olgusundan hareketle spor etkinliğini gerçekleştiren taraflar - rakipler-, spor etkinliğinin amacı ve etkileşimin niteliği bir çıkış noktası olarak kullanılabilir. Bu bağlamda spor dalları; bireyin rakibini kontrol etmeye çalıştığı ‘mücadele sporları’ -örneğin boks, eskrim vb.-; bireyin rakibiyle doğrudan rekabet halinde olduğu ve bir nesneyi kontrol etmeye çalıştığı

'hedef sporları' -örneğin futbol, satranç vb.- ve bireyin rakibi tarafından engellenmediği 'bireysel sporlar' -örneğin golf vb.- olarak sınıflandırılabilir (Stefani, 1999).

Spor türlerine ilişkin bir başka sınıflandırma, Livingstone ve Forbes (2016: 346) tarafından spor etkinliğinin özellikleri temel alınarak yapılmıştır. Tablo. 1'de sunulan sınıflandırma uyarınca spor; 'mücadele sporları', 'bireysel estetik içerikli sporlar', 'bireysel amaçlı sporlar', 'yarış sporları', 'file/kort sporları', 'hücum sporları', 'açık hava sporları' ve 'hedef sporları' şeklinde kategorilere ayrılabilir.

Tablo 1. Livingstone ve Forbes'e Göre Spor Türleri

<u>Mücadele Sporları</u>	Boks, Tekvando, Güreş vb.
<u>Bireysel Estetik Sporlar</u>	Atlama -su sporu- kule-, Artistik Buz Pateni, Senkronize Yüzme vb.
<u>Bireysel Amaçlı Sporlar</u>	Golf vb.
<u>Yarış Sporları</u>	Atletizm, Biatlon, Yatçılık/Yelken, Yarış Kızağı/Skeleton, Kano/Kayak, Kır Koşusu, Bisiklet, Kürek, Sürat Pateni, Yüzme, Triatlon vb.
<u>File/Kort Sporları</u>	Raketbol, Squash, Voleybol vb.
<u>Hücum Sporları</u>	Basketbol, Broomball, Futbol, Buz Hokeyi, Lakros, Ringette, Ragbi, Sutopu vb.
<u>Açık Hava Sporları</u>	Beyzbol, Softbol -Fastbol- vb.
<u>Hedef Sporları</u>	Okçuluk, Körling, Atıcılık, Bowling vb.

Kaynak: Livingstone ve Forbes, 2016, s. 346.

Spor türlerine ilişkin bir diğer sınıflandırma ise; Bertini ve arkadaşları (2005: 217) tarafından yapılmıştır. Spor kurallarını ve spor oyunu sürecindeki oyun alanlarının kullanımını temel alan söz konusu sınıflandırma, Tablo. 2'de sunulmuştur. Buna göre yarışma alanı ve spor alanı bağlamında 'takım sporları', 'takım veya bireysel sporlar' ile 'bireysel sporlar' gibi bir sınıflandırmadan söz etmek mümkündür.

Tablo 2. Bertini, ve Diğerlerine Göre Spor Türleri

	<u>Takım Sporları</u>	<u>Takım Sporları veya Bireysel Sporlar</u>	<u>Bireysel Sporlar</u>
Yarışma Alanı	Aynı oyun alanını paylaşarak karşı karşıya gelen takımlar	Her biri kendi oyun alanına sahip olan iki veya daha fazla oyuncunun karşılaştığı yarışlar	Sporcuların birbiri ardına bireysel olarak katıldığı yarışmalar
Spor Alanı	Futbol, Basketbol, Hentbol, Ragbi	Yüzme, Tenis, Pist Bisikleti, Voleybol, Atletizm	Atmalar, Atlamalar

Kaynak: Bertini, vd., 2005, s. 217.

Spor, eski çağlardan bu yana toplumsal ve kültürel düzeyde önemli bir yere sahiptir. Spor, yapıldığı toplumun kültürel özelliklerini yansıtmakta ve kültürel değerlerin şekillenmesinde güçlü bir rol oynamaktadır (Borish ve Phillips, 2012). Bir toplumun spor anlayışını o toplumun kültürel kodlarından okumak ve bir toplumun kültürel çıktılarında spor anlayışına ilişkin ipuçları yakalamak mümkündür. Örneğin Orta Çağ Avrupa kültürünün karakteristik özellikleri, o dönemin spor anlayışını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Orta Çağ Avrupa spor kültürünü; hukuki/yönetmelik düzenleme, tüzük, nesir, şiir, gravür, el yazması, resim, eskiz gibi yazılı ve görsel kaynaklar üzerinden okumak mümkündür (Carter 1988).

Spor, toplumsal işlev olarak anlamını genişletmeye ve giderek daha geniş alanları kendi sahasına çekmeye devam etmektedir. Oyun ile fiziksel idmanın hayat içindeki yerleri, 18. yüzyıla kadar kayda değer bir değişime uğramamıştır. 19. yüzyıldan son çeyreğinden itibaren ise sporun bizatihi bir varlık olarak gelişimi, giderek daha ciddileşen bir oyun kavrayışı içinde meydana gelmiştir. Kurallar daha kesin hale gelmiş ve çok daha incelikli kılınarak zenginleştirilmiştir (Huizinga, 2010: 234-235).

Spor, diğer kültürler gibi Türk kültüründe de önemli bir yere sahip olmuştur (Yetim, 2000). Türk kültüründe sporun yeri, önemi ve gelişimi ile ilgili bilgilere; ritüeller, oyunlar, semboller, görseller ve figürler aracılığıyla ulaşmak mümkündür (Yurdigül, 2019). Bu bağlamda Türklerin yaşadıkları yerlere ve kültürel yapıya ait spor ve benzeri bedensel faaliyetleri, Türk halk kültürünün önemli unsurları arasında saymak mümkündür (Karahüseyinoğlu, 2008).

Zengin ve köklü bir geçmişe sahip olan Türk toplumunda spor, işlevsel bir nitelik arz etmiştir. Spor, Türk kültürünün birçok özelliğinden etkilenerek gelişim göstermiştir (Bayraktar, 2003). Bu bağlamda Türklerin sporu, savaşa hazırlık çalışması olarak düşündüğü ve savaşlarda daha faydalı olmalarını sağlayacak spor dallarına yöneldikleri görülmektedir (Dever ve İslam, 2015). Türklerde spor, toplumsal dayanışmayı ve bütünleşmeyi sağlama amacına hizmet etmiştir. Türkler, yaşadıkları coğrafyayı korumak ve genişletmek amacıyla yoğunlukla mücadele sporlarına ve hedef sporlarına yönelme eğilimi içinde olmuşlardır.

Türklerin geçmişten günümüze yaptıkları sporlar, 'ata sporu' olarak nitelenmektedir. Türkiye Geleneksel Spor Dallarını Federasyonu (2022), Türklerin geleneksel sporlarını 'atlı cirit', 'şalvar güreşi', 'aba güreşi', 'kuşak güreşi', 'atlı okçuluk', 'kökbörü', 'atlı kızak', 'rahvan binicilik' ve 'geleneksel kızak' olarak sıralamaktadır. Mirzeoğlu (2003: 13) ise Türklerde güreş, okçuluk, atçılık, at sırtında top, sopayla oynanan çöğen -polo-, cirit, mızrak, gökbörü, cop, seğırtme, avcılık, boks, süngü, silahlı donanımlı yüzme, matrak -kılıç dansı-, tomak, taş atma, tuluk, ağırlık kaldırma ve silahlı donanımlı kayak sporları gibi spor türlerinin bulunduğu dikkat çekmektedir.

YÖNTEM

Spor, bireysel ve toplumsal yaşam içinde önemli bir yere ve öneme sahiptir. Tarih öncesi çağlardan itibaren dünya üzerinde var olan spor, günümüze dek gelişerek gelmiş ve toplum yaşantısı içindeki

etkisini günden güne artırmıştır. Günümüzde spor; kendine özgü toplumsal kuralları, değerleri, etkileşim sembelleri ve süreçleriyle canlı bir toplumsal yapıdır (Öztürk, 1998: 7). Bir toplumun yapısını ve kültürünü, o toplumun spor alışkanlıkları üzerinden okumak mümkündür.

Kültür, bir toplumun üyelerinin ya da toplumdaki grupların yaşam biçimlerine gönderme yapan bir kavramdır (Giddens, 2000: 18). Bu anlamıyla insan toplumunun sembolik ve öğrenilmiş yönlerini ifade eden kültür; insan toplumunda biyolojik olarak değil, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen her şeyi anlatmaktadır (Marshall, 1999: 442). Dil kültürün taşıyıcısı; kültür de dilin niteliklerini göstermesine zemin olan önemli bir uygulama sahasıdır. Dil; toplumun algı, ilgi ve kültürel değerleri üzerinden somut ürünler aracılığı ile vücut bulmaktadır (Göçer, 2021: 54). Huizinga'nın Oyun Kuramı'ndan hareket ederek sporun kültürle olan bağını ve kültüre yansımalarını mercek altına almayı amaçlayan bu çalışma, spor olgusunu dil üzerinden araştırmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Türü

Araştırma, nitel yöntemle tasarlanmıştır. Nitel araştırma, dünyaya dair yorumlayıcı ve doğal bir yaklaşım içeren araştırma yöntemidir (Denzin ve Lincoln, 2011). Araştırmada Türkçede sporla ilgili olarak bulunan atasözleri ve deyimler, yorumlayıcı bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Araştırmanın çalışma alanı, ölçüt örnekleme olarak seçilmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örneklemeindeki temel anlayış, önceden belirlenmiş ölçütü ya da ölçütleri karşılayan durumların çalışılmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Araştırma verilerinin toplanmasında geliştirilen tek ölçüt, atasözleri ve deyimlerde spor ile ilgili kelimelerin yer almasıdır.

Evren-Örnekleme

Araştırmanın evrenini Türkçe dili oluştururken, Türkçede sporla ilgili bulunan atasözleri ve deyimler ise araştırmanın örnekleme olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın veri toplama aracı, doküman analizidir. Araştırma kapsamında Türk Dil Kurumu -TDK- tarafından hazırlanan ve çevrim içi ortamda paylaşılan 'Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü' kullanılmıştır. TDK, 1932 tarihinden itibaren Türk dili üzerine yaptığı çalışmalar yapan ve Türk dili ile öğeleri üzerine zengin, güncel ve güvenilir kaynaklar sunan bir kurumdur.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi, elde edilen verilerin daha yakından incelenmesini ve bu verileri açıklayan kavram ile temalara ulaşılmasını gerektirmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 97). Nitel araştırmanın avantajı, toplanan verilerin zenginliğidir. Nitel analiz, verilerin geçerli ve güvenilir bir şekilde yorumlanarak kodlanması gerekmektedir (Moretti vd., 2011). Bu yüzden, araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak için çeşitli önlemlerin alınması gerekmektedir (Büyüköztürk vd., 2020: 264).

Araştırmanın amacına uygun olarak geçerlilik ve güvenilirlikle ilgili birden fazla araştırmacının sürece dahil edilmesi ve uzman görüşü alınması gibi iki farklı önleme başvurulmuştur. ‘Araştırmacı çeşitliliği’; aynı araştırma sürecine birden fazla araştırmacıyı dahil ederek araştırmanın bakış açısını ve eleştirel yorumunu geliştirmekte, kategori ve alt kategorilerinin tutarlı olarak kodlanmasını sağlamaktadır (Baltacı, 2019: 381). Araştırma kapsamında veriler ilk aşamada araştırmacılar tarafından ayrı ayrı kodlanmış, ikinci aşamada ortak karar verilerek düzenlemiş ve analize tabii tutulmuştur. ‘Uzman görüşü’; araştırılan konu ve nitel yöntem konusunda genel bilgi düzeyine sahip olan uzman kişiden araştırma sürecini ayrıntılı olarak inceleyerek değerlendirilmesinin talep edilmesidir (Başkale, 2016: 24). Araştırmada, alanında uzman olan iki farklı uzmanın görüşü alınarak sürece dahil edilmiştir.

Araştırma, Şubat 2022 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, çalışmanın kavramsal bölümünden hareket edilerek spor, sporun tanımı, anlamı, spor ve spor türleri ilgili kelimeler TDK Atasözleri ve Deyimler Sözlüğünde atasözü/deyim temelinde taranmıştır. Araştırma bulgularının toplanması sürecinde sporla ilgili kelimeler içeren ancak anlamsal olarak sporla uyuşmayan atasözleri ve deyimler tespit edilmiş olup bunlar analize dahil edilmemiştir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında Türkçede spor ile ilgili atasözleri ve deyimlerin varlığı tespit edilmiştir. Saptanan tüm atasözleri ve deyimler, alfabetik düzene uygun olarak sıralanmış ve Tablo. 3’de toplu olarak sunulmuştur.

Tablo 3. Spor ile İlgili Türkçede Bulunan Atasözleri ve Deyimler

<u>Atasözü</u>	<u>Deyim</u>
<ul style="list-style-type: none">• İlk vuran okçudur• Pehlivan, kispetinin yağından bellidir• Yenik pehlivan güreşten bıkmaz• Yenik pehlivan, oyuna doymaz	<ul style="list-style-type: none">• Açık düşmek• Alttan güreşmek• Başa güreşmek• -Bir yerde- cinler cirit -top- oynamak• -Bir yerde- cirit atmak• -Birini- minder dışına atmak• -Birinin- sırtını yere getirmek• Boyunduruğa atmak -almak-• Cirit oynamak• Çalım yemek• Dayağa idmanlı olmak• Doping yapmak• El ense çekmek -etmek-• Fareler cirit atmak -oynamak-

	<ul style="list-style-type: none">• Gol atmak• Gol kaçırmak• Gol olmak• Gol yemek• Güreş etmek -tutmak-• Havlu atmak• İdman yapmak• Kaçak güreşmek• Kafakola almak• Kafası ile oynamak• Kontropiyede kalmak• Koşu koparmak• Köstek vurmak• Kümeden düşmek• Kümeye çıkmak• Kündeye almak -getirmek-• Kündeden atmak• Lige çıkmak• Ligden düşmek• Mat etmek• Mat olmak• Minderden kaçmak• Mola almak• Ofsayta kalmak• Ofsayta düşmek• Oyun almak• Oyun bağlamak• Oyun kurmak• Oyun çıkarmak• Oyun yapmak• Oyun vermek• Pas almak• Pas atmak -vermek-• Pas vermemek• Puan almak -kazanmak-• Puan hesabıyla yenmek
--	---

	<ul style="list-style-type: none">• Puan toplamak• Puan vermek• Saban sürmek• Sahaya çıkmak• Sayı hesabıyla• Sıfıra inmek• Şike yapmak• Taban çıkmak -girmek, koymak-• Takım tutmak• Taş sürmek• Tek dalmak• Tespihe dizer gibi dizmek• Top sürmek• Top yapmak• Top yuvarlaktır• Topa çıkmak• Topu dikmek• Topu -taca- atmak -bırakmak-• Tur atlamak• Tuşa getirmek• Vücut yapmak• Yürüyüş yapmak
--	--

Türkçede bulunan ‘spor’ ile ilgili atasözleri ve deyimler incelendiğinde, deyimlerin nicelik olarak çoğunlukta görülmüştür. Deyim, en yalın ifadeyle kalıplaşmış söz öbeğidir. Deyimler; anlatımda çekicilik ve akıcılık esasına göre tasarlanmakta, genellikle gerçek anlamlarından ayrı bir anlam taşımaktadırlar. Sporun kitleler nezdindeki popülaritesinin deyimler kapsamında bir metafor olarak kullanılması sonucunu doğurduğu, böylelikle daha zengin ve kapsamlı aktarıma olanak sağlandığı düşünülebilmektedir. Bunun yanı sıra Türkçede spor ile ilgili deyimlerin oldukça fazla olması, Türk tarihinin köklü bir geçmişe sahip olması ile de ilişkilendirilebilmektedir. Nitekim Sinan’ın (2008) da işaret ettiği üzere deyimlerin oluşumları geniş bir zaman dilimini gerektirdiği gibi, dilde kullanım alanlarının oluşması da zaman gerektirmektedir.

Araştırma bulguları ışığında oluşan kategoriler; ‘sporun tanımı ve anlamı’, ‘spor yapma eylemi’, ‘spor türleri’ ve ‘top’ olarak belirlemektedir. Söz konusu kategoriler, alan yazından hareketle araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

Sporun Tanımı ve Anlamı İle İlgili Türkçede Bulunan Atasözleri ve Deyimler

Spor; belirli kurallara ve tekniklere uyularak yapılan, bedensel gelişime yararlı olan, eğlenmek ve yarışmak gibi amaçlar içeren tüm beden hareketleridir. Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde, Türkçede sporun anlamı ve tanımı ile ilgili atasözlerinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Ancak sporun anlamı ve tanımı ile ilgili birçok deyim bulunduğunu saptanmıştır.

Tablo. 4. Sporun Tanımı ve Anlamı ile İlgili Türkçede Bulunan Atasözleri ve Deyimler

Atasözü	Deyim
	<ul style="list-style-type: none">• Kümeden düşmek• Kümeye çıkmak• Lige çıkmak• Ligden düşmek• Mat etmek• Mat olmak• Oyun almak• Oyun bağlamak• Oyun çıkarmak• Oyun kurmak• Oyun vermek• Oyun yapmak• Puan almak -kazanmak-• Puan hesabıyla yenmek• Puan toplamak• Puan vermek• Sahaya çıkmak• Sayı hesabıyla• Sıfıra inmek• Şike yapmak• Takım tutmak• Tur atlamak

Sporun tanımı ve anlamı ile ilgili deyimler, alan yazında sporun tanımı ve amacına ilişkin temalara gönderme yapmaktadır. Bu kapsamdaki öncelikli bulgu sporun ‘oyun’ anlamına yönelik deyimlerin görece fazla olduğu yönündedir. Oyunda kazanmak, sayı sahibi olmak anlamına gelen ‘oyun almak’ deyimini; güreşte rakibe bir oyun uygulayıp onu sonuçlandırmadan beklemek anlamına gelen ‘oyun bağlamak’ deyimini; oyun -spor- oynamak anlamına gelen ‘oyun çıkarmak’ deyimini; bir yarışmayı kazanmak için belirli bir taktik uygulamak anlamına gelen; ‘oyun kurmak’ deyimini; oyunda

kaybetmek anlamına gelen ‘oyun vermek’ deyimini; güreşte rakibe oyun uygulamak anlamına gelen ‘oyun yapmak’ deyimini bu bağlamda örnek gösterilebilmektedir.

Kategori kapsamındaki bir diğer bulgu, sporun tanımı ve amacı ile ilgili saptanan deyimlerin sporun kazanmak ve kaybetmek amacıyla bağlantılı olmalarıdır. Takımların sonraki sezonda bir üst kümeye çıkmaları, diğer bir deyişle lige çıkmalarını ifade eden ‘kümeye çıkmak’; kümeye çıkmayı ifade eden ‘lige çıkmak’; satranç oyununda yenmek anlamına gelen ‘mat etmek’; oyunda kazanmak, sayı sahibi olmak anlamına gelen ‘oyun almak’; spor karşılaşmalarında başarılı bir oyun çıkararak kendine sayı sağlamak anlamına gelen ‘puan almak -kazanmak-’; rakibinin aldığından daha çok puan alarak oyun kazanmış sayılmak anlamına gelen ‘puan hesabıyla yenmek’; puan kazanmak anlamına gelen ‘puan toplamak’; bir spor bakımında bir sporcu veya takımın kazandığı sayı bakımından anlamına gelen ‘sayı hesabıyla’ deyimleri sporun kazanma amacı ile ilgilidir.

Takımların sonraki sezonda bir alt kümeye inmeleri, diğer bir ifadeyle ligden düşme anlamına gelen ‘kümeden düşmek’; kümeden düşmek anlamına gelen ‘ligden düşme’; satranç oyununda kaybetmek anlamına gelen ‘mat olmak’; oyunda kaybetmek anlamına gelen ‘oyun vermek’; boksta veya güreşte başarısız duruma düşmek anlamına gelen ‘puan vermek’ deyimleri ise sporda kaybetme ile ilgilidir.

Kategori kapsamında ulaşılan deyimlerin, büyük oranda futbol sporu ile ilgili olduklarını ifade etmek mümkündür. Bu durumun, futbolun dünyadaki ve Türkiye’deki görece popülerliğinden kaynaklandığı düşünülebilmektedir. Futbol; günümüzde geniş kitleleri eşinden sürükleyebilen, devinimi ve dolayısıyla heyecanı yüksek bir spor dalıdır (Teoman, 2001: 91). Ancak aslında futbol, bir oyun ve spor olmanın ötesinde bağlayıcı ve kitlesel bir tutkudur (Horak vd.,1993).

Araştırma bulgusuna dair bir diğer açıklama, eski Türklerin futbola benzeyen bir spor yapmaları nedeniyle Türk kültürünün futbola geçmişten bu yana aşına olması yönündedir. Özen’in (2012) aktardığına göre eski Türklerin yaptığı sporlardan biri, günümüz futbolun atası olarak kabul edilen ve kökleri Orta Asya’ya dayanan ‘tokmak’ sporudur.

Kategorinin son bulgusu, sporun belirli kurallar dahilinde gerçekleştirilen bir eylem olması ile ilgilidir. Bu kapsamda tespit edilen ‘şike yapmak’ deyimini, spor karşılaşmasının danışıklı bir şekilde gerçekleştirilmesi anlamına gelmektedir. Şike, spor karşılaşmasının sonucunu değiştirmek için maddi ve manevi bir çıkar karşılığında varılan anlaşmadır. Dolayısıyla deyim, kurallara aykırılık üzerinden sporun etik niteliğini vurgulamaktadır.

Spor Yapma Eylemi ile İlgili Atasözleri ve Deyimler

Spor yapmak, en yalın ifadeyle sportif aktivite gerçekleştirme eylemidir. Spor yapmanın bilişsel, duygusal ve ruhsal birçok yararından söz etmek mümkündür. Gerçekleştirilen araştırma kapsamında Türkçede spor yapma eylemi ile ilgili atasözü ve deyimlerin varlığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda spor yapma eylemi ile ilgili bir atasözü ve altı deyim bulduğu görülmüştür.

Tablo 5. Türkçede Bulunan Spor Yapma Eylemi ile İlgili Atasözleri ve Deyimler

Atasözü	Deyim
<ul style="list-style-type: none">• İlk vuran okçudur	<ul style="list-style-type: none">• Dayağa idmanlı olmak• Doping yapmak• İdman yapmak• Kafası ile oynamak• Takım tutmak• Vücut yapmak

Tablo. 5’te sunulan bulgular uyarınca, spor yapma eylemi ile ilgili bir atasözünün bulunduğu tespit edilmiştir. Söz konusu atasözü, okçuluk sporu yapan kimse anlamına gelen ‘okçu’ ile ilgilidir. Araştırma kapsamında saptanan ‘ilk vuran okçudur’ atasözü, belirli bir hedefe başkalarından önce ulaşan kişinin işinin ehli olduğu anlamına gelmektedir. Bu bağlamda sporla iç içe geçmiş kazanma arzusunun okçuluk sporu üzerinden ifade bulmasını, okçuluğun Türklerin ata sporu olması ile ilişkilendirmek mümkündür. İlk Türk kavimlerinin ortaya çıkışından bu yana okçuluk, Türk kültür ve savaş tarihinin en önemli kültürel yapılanmalarının başında gelmektedir. Bu kültürel alt yapı sürecinde okçuluk, ilk Türk kavimlerinden miras olarak Osmanlıya devrolarak günümüze dek ulaşmıştır (Atalay ve Akbulut, 2013: 146).

Bulgular kapsamında spor yapma eylemi ile ilgili deyimlerin; beden temelli olduğu görülebilmektedir. Beden, insanın fizyolojik varlığının taşıyıcısı ve dış dünyaya yönelik ifade formudur (Gürel ve Tat, 2019). Söz konusu deyimlerden iki tanesi, bedeni çalıştırmak; bir tanesi, spor esnasında beden yerine kafayı kullanmak; bir tanesi, spor karşılaşması sırasında vücuda ek enerji sağlamak için uyarıcı madde kullanmak ile ilgilidir.

‘İdman yapmak’ ve ‘vücut yapmak’ deyimleri, beden hareketleri yapmak ve beden hareketleri aracılığıyla vücudu güçlendirmek anlamına gelmektedir. ‘Kafası ile oynamak’ deyimini, takım sporlarında arkadaşlarının durumunu göz önünde tutarak ve en iyi fırsatı değerlendirerek bedenini fazla yormadan oynamak olarak ifade bulmaktadır. ‘Doping yapmak’ ise; bazı bedensel özellikleri değiştiren veya artıran uyarıcı ilaç almak demektir.

Kategori kapsamında ulaşılan bir diğer bulgu, sporun aynı amacı paylaşan oyuncularından oluşan takımların karşılaştığı bir etkinlik olması ve izleyicilere yönelik gerçekleştirilmesi ile ilgilidir. Bu bağlamda ‘takım tutmak’ deyimini, spor takımlarından birine gönül vermek ve onun taraftarı olmak anlamına gelmektedir. Deyim hem takım sporunu hem de izleyici olgusunu konu etmektedir.

Kategori kapsamındaki son bulgu, spor ve şiddet ile ilgilidir. İdman; alıştırma, alışkanlık kazandırma demektir. ‘Dayağa idmanlı olmak’ deyimini, dayak yemeğe alışmış olmak anlamına gelmektedir. Bir şiddet eylemi olarak dayağın, spor analogisi üzerinden ifade bulduğu düşünülebilmektedir. Spor, doğası gereği ciddi bir hazırlık gerektirmektedir. Oldukça sık tekrar edilen antrenmanlar, sporcunun

ilgili alandaki sportif becerilerinin gelişmesini sağlayarak, başarılı olmasını da beraberinde getirmektedir. Bu paraleldeki bir diğer deyim olan ‘idman yapmak’ da sporun beden hareketlerine ilişkin çalışmalar gerektiren niteliğine vurgu yapmaktadır.

Spor Türleri ile İlgili Atasözleri ve Deyimler

Gerçekleştirilen araştırmada; Türkçede ‘basketbol’, ‘boks’, ‘futbol’, ‘güreş’, ‘hentbol’, ‘koşu’, ‘yürüyüş’, ‘okçuluk’, ‘cirit’ ve ‘sitraç’ gibi spor türleri ile ilgili atasözlerinin ve deyimlerin varlığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra araştırma kapsamında atasözü kategorisinde en fazla bulgunun, spor türleri ile ilgili olduğu görülmüştür. Kategori dahilinde ulaşılan veriler, Tablo. 6’da toplu olarak sunulmuştur.

Tablo. 6. Spor Türleri ile İlgili Türkçede Bulunan Atasözleri ve Deyimler

Atasözü	Deyim
<ul style="list-style-type: none"> • İlk vuran okçudur • Pehlivan, kispetin yağından bellidir • Yenik pehlivan oyuna doymaz • Yenik pehlivan, güreşten bıkmaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Açık düşmek • Alttan güreşmek • Başa güreşmek • -Bir yerde- cinler cirit -top- oynamak • -Bir yerde- cirit atmak • -Birini- minder dışına atmak • -Birinin- sırtını yere getirmek • Boyunduruğa atmak -almak- • Cirit oynamak • Çalım yemek • El ense çekmek -etmek- • Fareler cirit atmak -oynamak- • Güreş etmek -tutmak- • Havlu atmak • Kaçak güreşmek • Kafakola almak • Kontrpiyede kalmak • Koşu koparmak • Köstek vurmak • Kündeden atmak • Kündeye almak -getirmek- • Minderden kaçmak • Mat etmek • Mat olmak

	<ul style="list-style-type: none">• Mola almak• Ofsayta düşmek• Oyun bağlamak• Oyun yapmak• Puan vermek• Saban sürmek• Sıfıra inmek• Taban çıkmak -girmek, koymak-• Taş sürmek• Tek dalmak• Tespihe dizer gibi dizmek• Tuşa getirmek• Vücut yapmak• Yürüyüş yapmak
--	---

Gerçekleştirilen araştırmada, spor türleri ile ilgili dört atasözünün bulunduğu saptanmıştır. Bir atasözü okçuluk, üç atasözü, güreş sporu ile ilgilidir. Bu durum, okçuluğun ve güreş sporunun Türklerin ata sporlarından olması ile ilişkilendirilmiştir. ‘İlk vuran okçudur’, amaca başkalarından önce ulaşan kişinin ehil olduğunu ve kazançlı çıkacağını ifade eden bir atasözüdür. Pehlivan ise, Türkçede güreşçi demektir. ‘Pehlivan, kispetinın yağından bellidir’, bir insanın işini bilip bilmediği çalışma biçiminden anlaşılır anlamına gelen bir atasözüdür. ‘Yenik pehlivan güreşten bıkmaz’ ve ‘yenik pehlivan, oyuna doymaz’ atasözleri ise; başarılı olmak için yaptığın işi iyi bilmek yetmez, hırslı olmak da gerekir demektir.

Araştırma bulguları uyarınca, Türkçede çeşitli spor türlerine ilişkin birçok deyimın bulunduğu görülmüştür. Güreş, basketbol, voleybol, hentbol, boks, koşu, yürüyüş, cirit ve satranç tespit edilen spor dallarından bazılarıdır. Bahsi geçen spor dalları arasında niceliksel olarak en büyük yoğunluk, güreş sporundadır. Bu durum, tıpkı atasözlerine ilişkin bulgu açıklamasında olduğu gibi güreşin Türklerin geleneksel sporlarından biri olması ile ilişkilendirilmiştir.

Kategori kapsamında Türkçede güreş sporu, güreş sporunun sonucu, güreş sporunda kullanılan aletler ve güreş sporunda kullanılan teknikler ile ilgili deyimlere ulaşılmıştır. ‘Güreş etmek -tutmak-’ deyimini, doğrudan güreş sporu ile ilgili olup güreşmek anlamına gelmektedir.

Güreş sporunda kullanılan hareketleri, aletleri ve teknikleri içeren deyimler, oldukça detay içermektedir. ‘Altın güreşmek’ deyimini, gizli gizli yenme yollarını kollamak anlamına gelmektedir. Bu anlamıyla deyim içerisinde güreş spor dalı olmasına rağmen anlamsal olarak ele alındığında diğer tüm spor dallarında da kullanılan geniş bir ifade olduğu ortaya çıkmaktadır. ‘Açık düşmek’ deyimini, yağlı güreşte yenilgi sebebi olan sırtı veya yan topırağa değmek; ‘baş güreşmek’ deyimini, yağlı güreşte en usta pehlivanların başpehlivanlık için yarışması; ‘-birini- minder dışına atmak’ deyimini,

ortadan kaldırmak, silmek, kovmak; ‘-birinin- sırtını yere getirmek’ deyimini, güreşte hasımını sırtüstü yere yatırarak yenmek; ‘boyunduruğa atmak -almak-’ deyimini, güreşte hasmın başını koltuk altına alıp boynuna kol dolamak olarak karşılık bulmaktadır. Bu bağlamda ‘el ense etmek -çekmek-’ deyimini, güreşte kolunu hasmın boynuna getirip başparmağı gırtlığa, dört parmağı da enseye geçirerek hasmı yıkmak amacıyla çekmek; ‘Güreş etmek’ deyimini, güreşmek; ‘kaçak güreşmek’ deyimini, asıl konuya girmeksizin başka şeylerden söz etmek ve politikada sık sık düşünce değiştirip esas amacını gizlemek anlamlarına gelirken bu yönüyle güreş spor dalının dışına taşan ve spora özgü bir temsilin gündelik hayatta kullanıldığı bir yapıya dönüştüğü de görülmektedir. ‘Kafakola almak’ deyimini, güreşte kafa ve kolu birlikte kavrayarak rakibi çevirmek; ‘köstek vurmak’ deyimini, güreşte hasmın bir veya iki ayağını sımsıkı yakalamak; ‘kündeden atmak’ deyimini, güreşçinin rakibini belinden kavrayıp kendi üzerinden aşarak arka üzeri atmak; ‘kündeye almak -getirmek- deyimini, güreşçinin rakibini altına alıp bir elini önden, bir elini arkadan geçirerek kilitlemek; ‘oyun bağlamak’ deyimini, güreşte rakibe bir oyun oynayıp onu sonuçlandırmadan beklemek; ‘saban sürmek’ deyimini hasmını ayaklarından tutup yüzükoyun yerde sürümek; ‘tek dalmak’ deyimini, güreşte karşı güreşçinin tek bacağını kapmak; ‘tuşa getirmek’ deyimini, güreşte hasmı sırt üstü yere sermek olarak karşılık bulmaktadır.

Güreş alt kategorisinde ‘minderden kaçmak’, ‘puan vermek’ ve ‘oyun yapmak’ deyimleri güreş eyleminin sonucu ile ilişkili deyimler olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ‘minderden kaçmak’, güreşte oyuna katılmamak ve güreşte oyun sırasında minder dışına çıkmak; ‘puan vermek’, boksta ve güreşte başarısız duruma düşmek olarak karşılık bulmaktadır. ‘Oyun yapmak’ deyimini güreşte rakibe oyun uygulamak ve mecazi anlamda ise hile yapmak anlamlarına gelmektedir. ‘Oyun yapmak’ deyimini de günümüzde sadece güreş spor dalı için değil tüm spor dallarında rakibi oyuna getirmek için taktik yapmak anlamına gelerek dönüşüme uğradığı görülmektedir.

Gerçekleştirilen araştırmada basketbol, voleybol ve hentbol gibi sporlar ile ilgili bir deyim bulunduğunu görülmüştür. Bu bağlamda ‘mola almak’ deyimini, voleybol, basketbol ve hentbolda taktik alışverişi yapmak için bir süre ara istemek anlamına gelmektedir. Araştırma kapsamında boks sporu ile ilgili, Türkçede iki deyim bulunduğunu tespit edilmiştir. Boks, belirli kurallara uygun olarak yapılan yumruk dövüşü, diğer bir ifadeyle yumruk oyunudur. ‘Havlu atmak’ deyimini, çalıştırıcının sporcusunun karşılaşmayı terk ettiğini bildirmek için ringe havlu fırlatmasını ifade etmektedir. ‘Puan vermek’ deyimini ise, boksta ve güreşte başarısız duruma düşmek olarak karşılık bulmaktadır.

Araştırma bulguları uyarınca Türkçede hentbol sporu ile ilgili bir deyim bulunduğunu saptanmıştır. Söz konusu deyim, aynı zamanda futbol oyununda da kullanılan bir deyimdir. Bu bağlamda ‘sıfıra inmek’ deyimini; hentbol, futbol ve benzeri oyunlarda hücum oyuncusunun rakip alanda bitiş çizgisine kadar gitmesi olarak ifade bulmaktadır.

Araştırmanın en önemli bulgularından biri, futbolun Türkçede görece önemli bir yere sahip bir spor dalı olması yönündedir. Bu bağlamda Türkçede futbol ile ilgili altı deyim bulunduğunu tespit

edilmiştir. Araştırma bulguları ele alındığında ‘çalım yemek’, ‘kontrpiyede kalmak’, ‘ofsayta düşmek’, ‘sıfıra inmek’, ‘taban çıkmak -girmek, koymak-’ ve ‘tespihe dizer gibi dizmek’ deyimlerinin futbol ile ilgili olduğu görülebilmektedir. Bu bağlamda ‘çalım yemek’, futbol oyununda çalım ile geçilmek; ‘kontrpiyede kalmak’, futbolda kalecinin ters tarafa gitmesi veya hamle yapması anlamına gelmektedir. ‘Ofsayta düşmek’, futbolda hücum geçen yakın en az bir oyuncusunun topla oynandığı anda rakip takımın kale çizgisine, o takımın en yakın oyuncusundan daha yakın bulunması olarak karşılık bulmaktadır. ‘Taban çıkmak -girmek, koymak-’, futbolda topla oynayan oyuncunun hareketini engellemek için doğrudan doğruya taban ile mücadele etmek demektir. ‘Tespihe dizer gibi dizmek’ ise, futbolda rakip takımın oyuncuları arasından birer birer geçip gitmek anlamına gelmektedir.

Araştırma kapsamında koşu ile ilgili bir deyim bulunduğuna saptanmıştır. ‘Koşu koparmak’ deyimini; çabucak koşuvermek, çabucak atılıp gitmek olarak tanımlanmaktadır. Bu paralelde Türkçede yürüyüş ile ilgili bir deyim bulunduğuna tespit edilmiştir. ‘Yürüyüş yapmak’ deyimini, spor amacıyla yürümek anlamına gelmektedir.

Gerçekleştirilen araştırmada ulaşılan bir diğer bulgu; Türkçede cirit atma ile ilgili deyimlerin bulunmasıdır. Türklere özgü geleneksel sporlardan biri olan cirit atma, at üzerinde birbirine değnek atma suretiyle oynanan bir takım oyunudur. ‘-Bir yerde- cinler cirit -top- oynamak’ deyimini, o yerin ıssız olması; ‘-bir yerde- cirit atmak’ deyimini, bir yerde çokça bulunmak, sık dolaşmak ve serbestçe davranmak; ‘cirit oynamak’ deyimini, cirit oyununu oynamak veya istediği biçimde, keyfince davranmak; ‘fareler cirit atmak -oynamak-’ bir yerde hiç insan bulunmamak, o yer çok ıssız olmak anlamına gelmektedir.

İki kişi arasında, karelere bölünmüş bir tahta üzerinde değişik değerlere ve adlara sahip siyah ve beyaz renkli 16 taşla oynanan bir oyun olan satranç; araştırma bulguları uyarınca Türkçede varlığı saptanan spor dallarından biridir. Bu bağlamda ‘mat etmek’ deyimini, satranç oyununda yenmek; ‘mat olmak’ deyimini, satranç oyununda yenilmek; ‘taş sürmek’ deyimini ise oyunlarda taşlardan birini oynatmak anlamına gelmektedir. Kategori kapsamındaki son bulgu, kas geliştirici sporlara ilişkin bir deyim tespit edilmiş olmasıdır. ‘Vücut yapmak’ deyimini, kas geliştirici hareket ve sporlarda bedeni güçlü duruma getirmek olarak ifade bulmaktadır.

Top ile İlgili Atasözleri ve Deyimler

Top; birçok spor oyununda kullanılan, spor oyununun niteliğine göre türlü büyüklüklerde olabilen ve genellikle kauçuktan yapılan yuvarlak nesne olarak tanımlanabilmektedir. Gerçekleştirilen araştırma kapsamında Türkçede top ile ilgili atasözünün bulunmadığı ancak on üç deyim var olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu deyimler, Tablo. 7’de sunulmuştur.

Tablo. 7. Türkçede Bulunan Top ile İlgili Atasözleri ve Deyimler

<u>Atasözü</u>	<u>Deyim</u>
	<ul style="list-style-type: none">• Gol atmak• Gol kaçırmak• Gol olmak• Gol yemek• Pas almak• Pas atmak -vermek-• Pas vermemek• Top sürmek• Top yapmak• Top yuvarlaktır• Topa çıkmak• Topu dikmek• Topu -taca- atmak -bırakmak-

Topla ilgili deyimlere bakıldığında, topla yapılan sportif hareketlerle, topla yapılan sportif hareketin sonucuyla ve topun niteliği ile ilgili oldukları görülebilmektedir. ‘Pas almak’, ‘pas atmak -vermek-’, ‘pas vermemek’, ‘top sürmek’, ‘top yapmak’, ‘topa çıkmak’ ‘topu dikmek’ ‘topu -taca- atmak -bırakmak-’; spor oyununda topla yapılan hareketleri temel almaktadır. Bu bağlamda ‘pas almak’ deyimini, bazı top oyunlarında bir oyuncu takım arkadaşından gelen topu kullanmak; ‘pas atmak -vermek-’, bazı top oyunlarında bir oyuncu takım arkadaşına top geçirmek; ‘pas vermemek’ ise, karşı cinse umut ve cesaret vermemek anlamına gelmektedir. ‘Top sürmek’ deyimini; kısa vuruşlarla, topu kaçırmadan karşı takımın kalesine veya potasına doğru götürmek olarak ifade bulurken; ‘top yapmak’ deyimini, topu rakibe kaptırmadan takım oyuncularını arasında dolaştırmak ve topa daha uzun süre sahip olmak olarak tanımlanmaktadır. Bu paralelde ‘topa çıkmak’, topu rakibe kaptırmadan takım oyuncularını arasında dolaştırmak, topa daha uzun süre sahip olmak; ‘topu dikmek’, topu ayakla hızlı bir biçimde havaya doğru atmak; ‘topu -taca- atmak -bırakmak-’; karşılaşmada topu yan çizgi dışına çıkarmak demektir.

‘Gol atmak’, ‘gol kaçırmak’ ve ‘gol yemek’ deyimleri; topla yapılan sportif hareketin sonucuyla ilgilidir. Gol; futbol, hentbol, hokey ve buz hokeyi sporlarında topun kaleye sokulmasıyla kazanılan sayıdır. Bu bağlamda ‘gol atmak’ deyimini, topun karşı takımın kalesine girmesini sağlamak; ‘gol kaçırmak’ deyimini, uygun durumda olmasına rağmen karşı takımın kalesine topu sokamamak; ‘gol olmak’ deyimini, topun kaleye girmesi; ‘gol yemek’ deyimini ise topun kendi kalesine girmesine engel olamamak demektir.

'Top yuvarlaktır' deyimini, topun niteliği ile ilgili tek deyim olup karşılaşma bitmeden sonuç belli olmaz, diğer bir deyişle sonuç değişebilir anlamına gelmektedir. Spor karşılaşmalarının doğası gereği, karşılaşmanın sonucunu kestirebilmek her daim mümkün değildir. Sonucun belirsizliği, sporun kendine özgü ve insanlar nezdindeki dikkat çekici özelliklerinden birisidir. Öyle ki medyaya yansıyan tüm karşılaşmaların; tıpkı bir film, dizi ya da yarışma programı gibi izleyicilere yayın süresi boyunca belli bir heyecanı ve çekişmeyi yaşatmak zorunluluğu bulunmaktadır (Çetin, 2003). Topla ilgili tüm oyunların bilgi, plan ve stratejinin yanı sıra rastlantı ve tesadüflere açık olduğu düşünüldüğünde, bu deyim sporun özü ile olan bağlantısı daha etkili bir şekilde kurulabilmektedir.

SONUÇ

Spor; en yalın ifadeyle oyun, yarışma ve mücadele istenci ile yapılan fiziksel etkinlik olarak tanımlanabilmektedir. Ferdi ya da kolektif biçimde gerçekleştirilebilmesi, genellikle yarışmaya dayanması, kesin kuralları temel alması ve ani bir yarar beklenmeden yapılması sporun ayırt edici özellikleridir (Hiçyılmaz, 1985: 25). Spor; bireysel bir uğraş olmanın ötesinde toplumsal bir olgu ve kurumdur. Toplumsal sistemle iç içe olması ve toplumsal yaşamın tüm yönleriyle bütünleşmiş olması, sporun görece öneminin ne denli fazla olduğuna ilişkin bir kanıttır (Yetim, 2000: 70).

Spor ile iletişim ve kültür arasında güçlü bir bağ vardır. Spor, toplumsal yaşamın ve toplumsal kültürün organik öğelerinden birisidir (Talimciler, 2010). Bu yönüyle spor, kültür ile harmanlanmış ve kültüre göre şekillenen bir yapıya sahiptir. Sporun iletişim ve kültür ile olan bağlantısını dil üzerinden analiz etme amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkçede bulunan atasözleri ve deyimler temel alınmıştır. Dil, bir toplumun kültürünün en önemli yansıtıcılarından biridir (Marshall, 1999: 154; Göçer, 2012: 51). Bir dilin sözcük zenginliğinin önemli bir bölümünü oluşturan ve doğal dilin akışında kullanılan atasözleri ve deyimler, bir toplumun kültürel değerlerine ilişkin en önemli göstergelerdir.

Türk Dil Kurumu Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında, ölçüt örnekleme ile belirlenen atasözleri ve deyimler, anlam temelinde kategorilere ayrılmış ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Kategoriler araştırmacılar tarafından bizzat oluşturulmuş olup içinde spor ile ilgili kelimeler geçmesine rağmen doğrudan spor anlamı taşımayan atasözleri ve deyimler analiz dışı bırakılmıştır. Araştırmanın sınırlılığını, araştırma evrenine dahil edilmeyen atasözleri ve deyimler sözlükleri oluşturmaktadır.

Gerçekleştirilen araştırma kapsamında Türkçede spor ile ilgili atasözleri ve deyimlerin de varlığı tespit edilmiştir. Araştırmanın en temel bulgusu, Türkçede 'spor' ile ilgili deyimlerin atasözlerine kıyasla niceliksel olarak çoğunlukta olmasıdır. Bu durum, deyimlerin dilbilimsel ve yapısal özellikleri ile ilişkilendirilmektedir. Deyim, en yalın ifadeyle kalıplaşmış ifadedir. Deyimlerin en belirgin özelliği, mecazi anlatımı ve söz sanatlarını kullanmalarıdır. Sporun kitlesel niteliği ve sembolizme yatkınlığının, deyimlerde sıklıkla kullanılmasını sağladığı düşünülebilmektedir.

Araştırma bulguları uyarınca Türkçede sporun tanımı ve anlamı ile ilgili atasözü ve deyimlerin bulunduğu görülmüştür. Söz konusu atasözü ve deyimler; spor kavramını ‘oyun’, ‘kazanmak’ ve ‘kaybetmek’ temaları üzerinden konu etmektedir. Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, spor yapmak eylemi ile ilgili atasözü ve deyimlerin varlığıdır. Bu bağlamda sporun, beden ile ilgili etkinlik olduğunun vurgulandığı ve bedene olan yararlarının konu edildiği görülmüştür.

Araştırma kapsamında ‘basketbol’, ‘boks’, ‘futbol’, ‘güreş’, ‘hentbol’, ‘koşu’, ‘yürüyüş’, ‘okçuluk’, ‘cirit’ ve ‘satranç’ gibi spor dallarına ilişkin atasözü ve deyimler saptanmıştır. Araştırmanın en temel bulgusu, Türklerin ata sporu olarak nitelenebilen güreş ile ilgili atasözü ve deyimlerin diğer spor dallarına kıyasla görece fazlalığıdır. Araştırma bulguları uyarınca güreş sporu, güreş sporunun sonucu, güreş sporunda kullanılan aletler ve güreş sporunda kullanılan teknikler ile ilgili birçok deyime ulaşılmıştır.

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu, futbol ile ilgili deyimlerin niceliksel olarak fazla olmasıdır. Bu tespit, Kaplan ve Akkaya’nın (2014: 114) “Türkiye’de spor yerine ‘futbol’ ve spor kültürü yerine de ‘futbol kültürü’ demek daha doğrudur” saptamasına koşut bir nitelik arz etmektedir. Türk toplumundaki bireylerin sadece izleyici olarak değil katılımcı olarak da yer aldıkları bir spor dalı olan futbol, Türk kültürü içerisinde de bir fenomen olarak ön plana çıkmaktadır (Çakmak vd., 2017: 127).

Araştırmanın bulguları ve varılan sonuçlar doğrultusunda, gelecek çalışma ve araştırmalara yönelik bazı öneriler sunmak mümkündür. Bu bağlamda Türk kültüründe sporun yerini ve önemini dilbilim üzerinden farklı araştırma yöntem ve teknikleri kullanılarak araştırılan çalışmalar yürütülebilir. Söz konusu çalışmalar; tarih ile toplumbilim gibi disiplinlerden yararlanılarak ve nicel araştırma yöntemleri ile desteklenerek gerçekleştirilebilir. Bunun yanı sıra farklı kültürlerdeki spor olgusuna ait atasözleri ve deyimler araştırılabilir, farklı kültürlerde bulunan spor ile ilgili atasözleri ve deyimlerin karşılaştırması yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Atalay, A. & Akbulut, A. K. (2013). Türk spor kültürünün eşsiz örneği: Okçular teknesi. *Karadeniz*, 18: 144-154.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2): 368-388.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9 (1): 23-28.
- Bayraktar, C. (2003). Sosyal yapı özelliklerinin spora etkisi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17 (1): 22.
- Bertini, M., Bimbo, A. D. & Nunziati, W. (2005). Common visual cues for sports highlights modeling. *Multimedia Tools and Applications*, 27 (2): 215-218.
- Borish, L. J. & Phillips, M. G. (2012). Sport history as modes of expression: Material culture and cultural spaces in sport and history. *Rethinking History*, 16 (4): 465-477.
- Büyüköztürk, Şener, Çakmak, K. Şebnem, Akgün, E. Özcan, Karadeniz, Şirin, & Demirel, Funda. (2020). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. 28. Baskı. Ankara: Pegem Akademi.
- Carter, J. M. (1988). *Sports and pastimes of the middle ages*. USA: University Press of America.
- Cambridge English Dictionary (2022). Sport. <https://dictionary.cambridge.org>. Erişim Tarihi: 13.02.2022.
- Çakmak, M. N., İşlek, M. S., & Keskin, U. (2017). Türk futbol kültürünün küreselleşme kavram ve süreçleri bağlamında değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (33): 125-133.
- Çetin, C. (2003). Televizyon-futbol (spor) birlikteliğinde belirsizlik ilkesinin gerekliliği: Fransa modeli. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (1): 111-116.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The sage handbook of qualitative research*. USA: Sage Publications.
- Dever, A. & İslam, A. (2015). Tarihsel süreç içerisinde Türk kültüründe spor algısı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (5): 46-61.
- Fişek, K. (1998). *Türkiye 'de ve dünyada spor yönetimi*. Ankara: Bağırhan Yayinevi.
- Fişek, K. (2003). *Sporun anatomisi*. İstanbul: YGS Yayınları.
- Göçer, A. (2012). Dil-kültür ilişkisi ve etkileşimi üzerine. *Türk Dili*, 729 (1): 50-57.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (H. Özel ve C. Güzel, Çeviri). Ankara: Ayraç Yayinevi.

- Gürel, E. & Tat, M. (2019). Türkçede beden olgusu: Atasözleri ve deyimler üzerine bir içerik analizi. *Akdeniz İletişim-Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 32: 235-256.
- Harper, D. (2022). *Sport*. Online Etymology Dictionary. <https://www.etymologyonline.com/search?q=sport>. Erişim Tarihi: 13.02.2022.
- Hiçyılmaz, E. (1985). *Türkiye'de spor gazeteciliği ve haberciliğinin tarihi*. Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları.
- Horak, R., Reiter, W., & Bora, T. (2001). *Futbol ve futbol kültürü: Takımlar, taraftarlar, endüstri, efsaneler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Huizinga, J. (2010). *Homo ludens-oyunun toplumsal işlevi üzerine*. (M. A. Kılıçbay, Çeviri). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Karahüseyinoğlu, M. F. (2008). Geleneksel Türk spor kamuoyunun profilinin belirlenmesi. *Sport Sciences*, 3 (2), 66-74.
- Kaplan, Y. & Akkaya, C. (2015). Spor kültürü ve Türkiye'de spor. *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (2): 114-119.
- Livingston, L. A., & Forbes, S. L. (2016). Factors contributing to the retention of Canadian amateur sport officials: Motivations, perceived organizational support, and resilience. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 11 (3): 342-355.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji sözlüğü*. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çeviri). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mirzeoğlu, N. (2003). *Spor bilimlerine giriş*. Ankara: Bağırhan Yayınları.
- Moretti, F., Van Vliet, L., Bensing, J., Deledda, G., Mazzi, M., Rimondini, M., Zimmermann, C. & Fletcher, I. (2011). A standardized approach to qualitative content analysis of focus group discussions from different countries. *Patient Education & Counseling*, 82: 420-428.
- Özen, N. (2012). *Türk kültür tarihinde spor ve Türklerin spora katkıları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman: Batman Üniversitesi.
- Öztürk, F. (1998). *Toplumsal boyutlarıyla spor*. Ankara: Bağırhan Yayınları.
- Sinan, A. T. (2008). Deyim kavramı üzerine notlar-1. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (2): 91-98.
- Sutula, V. (2018). General definition of the concept sports. *Journal of Physical Fitness, Medicine & Treatment in Sports*, 4 (4): 8-9.
- Stefani, R. T. (1999). A Taxonomy of sports rating systems. *IEEE transactions on systems, man, and cybernetics-part a: Systems and humans*. 29 (1): 116-120.


- Talimciler, A. (2010). *Sporun sosyolojisi-sosyolojinin sporu*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Teoman, Ö. (2001). *Ankara'da amatör futbol. Takımdan ayrı düz koşu*. T. Bora (Der.). 2. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları, 91-106.
- Tomlinson, A. (2010). *Dictionary of sports studies*. London: Oxford University Press.
- Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük (2022). *Spor*. <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 12.02.2022.
- Türkiye Geleneksel Spor Dalları Federasyonu. (2022). *Spor dalları*. <https://www.gsdf.gov.tr/tr/spor-dallari>. Erişim Tarihi: 28.02.2022.
- Yetim, A. (2000). Sporun sosyal görünümü. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 63-72.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. 9. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurdigül, Y. (2019). Geleneksel sporların Türk sinemasında sunumu. *Türk halklarının geleneksel spor oyunları VIII*, Kahramanmaraş, 16-18 Kasım 2019.

Geliş Tarihi:
04.08.2022
Kabul Tarihi:
15.12.2022
Yayımlanma Tarihi:
31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Kahvecioğlu, N., & Gür, N. (2022). Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri İmalat Sanayi Sektörlerinin Teknoloji Yoğunluğuna Göre İthal Girdi Oranlarının Girdi-Çıktı Tabloları İle Analizi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1365-1388. doi: 10.46928/iticusbe.1154954

TÜRKİYE VE DOĞU ASYA ÜLKELERİ İMALAT SANAYİ SEKTÖRLERİNİN TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞUNA GÖRE İTHAL GİRDİ ORANLARININ GİRDİ-ÇIKTI TABLOLARI İLE ANALİZİ*


Araştırma

Nurullah Kahvecioğlu 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Medipol Üniversitesi

nurullah.kahvecioglu@std.medipol.edu.tr

Nurullah Gür 

İstanbul Medipol Üniversitesi

ngur@medipol.edu.tr

Nurullah Kahvecioğlu, Ankara Üniversitesinde yüksek lisansını yapmış, otomotiv yan sanayi özel sektöründe yönetici olarak çalışmış ve halen İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Strateji doktora programında öğrencidir.

Prof. Dr. Nurullah GÜR, 2012 yılında University of Essex’de doktorasını yapmış ve halen İstanbul Medipol Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Ekonomi ve Finans bölümünde görev yapmaktadır.

* Bu çalışma Nurullah Kahvecioğlu tarafından Medipol Üniversitesi’ne sunulan “Türkiye On Birinci Kalkınma Planındaki Öncelikli İmalat Sanayi Sektörlerinin Girdi-Çıktı Analizleri Işığında Bir Stratejik Teşvik Modeli Önerisi” isimli doktora tezinden üretilmiştir.

TÜRKİYE VE DOĞU ASYA ÜLKELERİ İMALAT SANAYİ SEKTÖRLERİNİN TEKNOLOJİ YOĞUNLUĞUNA GÖRE İTHAL GİRDİ ORANLARININ GİRDİ- ÇIKTI TABLOLARI İLE ANALİZİ

Nurullah Kahvecioğlu
nurullah.kahvecioglu@std.medipol.edu.tr
Nurullah Gür
ngur@medipol.edu.tr

Özet

Türkiye’de imalat sanayi üretim çeşitliliği ve ihracat açısından son yıllarda kayda değer ilerlemeler yaşamış olmasına rağmen, imalat sanayi sektörlerinin ithal ara mallarına olan bağımlılığı çeşitli yapısal problemlere zemin hazırlamaktadır. Bu çalışma imalat sanayi sektörlerinin 2000’li yıllarda dışa bağımlık noktasında nasıl bir değişim gösterdiğini hesaplayarak ve Türk imalat sanayinin mevcut yapısını Türkiye ile rekabet halindeki Doğu Asya ülkeleri ile karşılaştırarak literatüre katkı sunmaktadır.

Amaç: Çalışmanın amacı; Türkiye’de imalat sanayinin ithalata bağımlılığını farklı göstergeler üzerinden hesaplamayı ve bu göstergeler üzerinden Türk imalat sanayisinin mevcut durumunu Doğu Asya ülkeleri ile kıyaslamaktır.

Yöntem: Bu çalışmada 2000-2014 dönemini kapsayan WIOD/NIOT Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak Türkiye’nin ve Doğu Asya ülkelerinin imalat sanayi sektörlerinin toplam üretim ve ihracat içindeki ithal girdi oranları -dikey uzmanlaşma oranları- hesaplanmış ve bu sonuçlar üzerinden karşılaştırmalar yapılmıştır. Çalışmamızda 2000-2014 yılları WIOD/NIOT Girdi-Çıktı tablolarında Leontief ters matrisi ile hesaplamalar yapılmış ve Hummels ve diğerleri (2001) tarafından geliştirilen HIY metodu kullanılmıştır.

Bulgular: Hesaplamalarımız Türkiye’nin 11. Kalkınma Planı’nda öncelik verdiği sektörlerde ilgili dönemde ithalata bağımlılık ve/veya üretimde yabancı paylarında kayda değer artışlar yaşandığını göstermektedir. Bulgularımız ve karşılaştırmalarımız ışığında; Türkiye’nin imalat sanayi ve ihracatının düşük ve orta-düşük teknoloji grubuna yoğunlaşırken, Doğu Asya ülkelerinde ağırlığın orta-yüksek ve yüksek teknoloji grubuna kaydığı sonucuna varılmıştır.

Özgünlük: Bu çalışma, diğer çalışmalardan farklı olarak Türkiye’nin imalat sanayi dikey uzmanlaşma ve toplam üretim içinde yabancı katma değer oranlarını teknoloji gruplarına göre sınıflandırmakta ve sonuçlar Doğu Asya ülkelerinin oranları ile kıyaslamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İmalat Sanayi, Girdi-Çıktı Analizi, Dikey Uzmanlaşma, Teknoloji Yoğunluğu, İthalata Bağımlılık

JEL Sınıflandırması: M10, G18, O11, O21

ANALYSIS OF IMPORT INPUT RATIOS BY TECHNOLOGY INTENSITY OF MANUFACTURING INDUSTRY SECTORS OF TURKEY AND EAST ASIAN COUNTRIES WITH INPUT-OUTPUT TABLES

Abstract

Although the manufacturing industry in Turkey has experienced significant progress in terms of production diversity and exports in recent years, the dependence of the manufacturing industry sectors on imported intermediate goods paves the way for various structural problems. This study contributes to the literature by calculating how the dependency ratios have changed in Turkish manufacturing industries during 2000s, and compare the current structure of Turkish manufacturing industry with East Asian countries that are in competition with Turkey in global markets.

Purpose: This paper aims to calculate the import dependency ratio of the manufacturing industries in Turkey with using different indicators and to compare the current situation of the Turkish manufacturing industry with those of East Asian countries over these indicators.

Method: In this study, using WIOD/NIOT Input-Output tables covering the period of 2000-2014, the import input ratios -vertical specialization ratios- in total production and exports of the manufacturing industry sectors of Turkey and East Asian countries were calculated and comparisons were made based on these results. In our study, calculations were made with using the Leontief inverse matrix in WIOD/NIOT Input-Output tables between 2000-2014 and HIY method developed by Hummels et al. (2001) was used.

Findings: Our calculations show that the sectors that Turkey prioritized in the 11th Development Plan experienced significant increases in import dependency and/or foreign shares in production in the relevant period. In light of our findings and comparisons, it can be concluded that while Turkey's manufacturing industry and exports have concentrated on the low and medium-low technology group, the weight has shifted to the medium-high and high technology group in East Asian countries.

Originality: Unlike previous literature, this study classifies the vertical specialization of Turkey's manufacturing industry and the ratios of foreign added value in total production in terms of different technology groups and compares the results with the ratios of East Asian countries.

Keywords: Manufacturing Industry, Input-Output Analysis, Vertical Specialization, Technology Intensity, Import Dependence

JEL Classification: M10, G18, O11, O21

GİRİŞ

1980'li yıllardan itibaren hızla yükselen küreselleşme dalgası; uluslararası ticaret ve üretim modellerini kayda değer biçimde değiştirmiştir (Baldwin, 2016). Neoliberal politikaların şekillendirdiği bu küresel ekonomik düzende ülkeler, birbirlerinin hem rakibi hem de ortağı durumuna gelmişlerdir. Ürünlerin Ar-Ge, tasarım ve pazarlama süreçleri belli coğrafyalarda – özellikle gelişmiş ülkelerde – gerçekleşirken, üretim ise ağırlıklı olarak gelişen ülkelere kaymıştır (Yülek, 2019). Küresel tedarik zincirleri kapsamında bir nihai ürünün tamamlanabilmesi için onlarca, hatta yüzlerce farklı bileşen/ara malı birden fazla ülkede üretilerek belli üretim merkezlerinde montajlanıp tüm dünyaya ihraç edilmeye başlanmıştır. Yüksek katma değerli bileşenler gelişmiş ülkelerden tedarik edilmeye devam edilse de son yıllarda başta Çin olmak üzere bazı gelişen ülkelerin yüksek teknoloji ürünlerine geçiş sağlayarak üretimdeki katma değerlerini ve ihracat rakamlarını hızla yukarıya taşıdıkları gözlemlenmektedir. Türkiye gibi orta gelir tuzağından kurtulmayı ve küresel tedarik zincirlerinden aldıkları payı arttırmayı hedefleyen bazı gelişen ülkeler de sanayi ve teknoloji politikaları yoluyla üretim ve ihracatta katma değeri arttırmaya çalışmaktadır.

Her ne kadar 2008'deki küresel finans kriz ve 2020'deki Kovid-19 salgını gibi kritik gelişmeler küresel tedarik zincirlerinin üretim ve ihracattaki payını azaltmaya başladıysa da uluslararası ticaret sisteminin ve üretim modellerinin kısa ve orta vadede kökten değişmesi çok mümkün değildir (bkz. World Bank, 2020). Gelişmiş ülkeler, 1980'lerle birlikte gelişen ülkelere taşıdıkları fabrikaları yeniden kendi sınırları içerisine çekmeyi (reshoring) hedefleseler de bunun tamamıyla mümkün olmayacağını bildikleri için, arz yanlı sorunlarla (salgın döneminde olduğu gibi) daha az muhatap olmak ve Çin'in hızlı yükselişini mümkün olduğunca yavaşlatmak için üretim tesislerini kendilerine yakın coğrafyalara aktarmayı (nearshoring) da planlıyorlar (Gereffi, 2020).

Bu gelişmeler coğrafi konumu, geniş üretim yelpazesi ve rekabetçi seviyelerde üretim maliyetleri gibi avantajlara sahip Türkiye gibi gelişen ülkelere belli fırsatlar sunmaktadır. Ancak şunu vurgulamak gerekir ki, bu fırsatı değerlendirmek isteyen Türkiye içeride belli ekonomik sorunlar ve kırılganlıklarla boğuşmaktadır. Özellikle yüksek enflasyon ve cari açık problemlerinin yanı sıra son yıllarda yaşanan kur şokları Türkiye'nin imalat sanayi üretiminde ne derece dışa bağımlı olduğu tartışmalarını beraberinde getirmiştir (Akat, 2019). Bu bağlamda, Türkiye yeni dönemde ekonomi politikalarını ve kalkınma planını tasarlarken orta ve yüksek teknoloji ürün gruplarının üretimindeki dışa bağımlılığını azaltmayı kendine hedef olarak seçmiştir (bkz. 11. Kalkınma Planı ve Yeni Ekonomi Programı).

Cari açığı azaltma politikaları kapsamında imalat sanayi yatırımlarının teşvik edilmesi uzun yıllardır uygulanmaktadır. Fakat teşviklerin yakın döneme kadar seçici olmaktan uzak biçimde genele verilmesi nedeniyle imalat sanayinde kritik ara mallarındaki dışa bağımlılık devam etmiş ve bunun bir yansıması olarak teşvikler ithalatın artışını da beraberinde getirmiştir. Sanayi Bakanlığı verilerine göre Ocak 2001-Ağustos 2022 yılları arasında yatırım tutarlarına göre verilen toplam teşviklerin sınıf dağılımı; %56,5

bölgesel, %31,3 genel, %4,0 büyük ölçekli, %8,2'si ise stratejik proje teşvikleri şeklindedir. Bu dağılım Türkiye'de seçici proje bazlı teşvikler yerine bölgesel ve genel teşviklerin yüksek oranda olduğunu göstermektedir. Sanayideki her sektöre teşvik vermek yerine gelecek vaat eden ve küresel piyasalarda karşılığı olan sektörlerle pozitif ayrımcılık yapılarak kamu desteklerinin ağırlıklı olarak buralara yönlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca verilen teşviklerin etkinliğini ölçmeye yönelik performans kriterlerinin belirlenerek ilgili devlet kuruluşları tarafından sıkı takip edilmeleri gerekmektedir (Gür ve arkadaşları, 2018).

Yükseler ve Türkan (2008) Türkiye ekonomisinin üretim ve dış ticaret yapısının 2001 yılı krizinden sonra büyük değişim gösterdiğini ve ithal girdi kullanımının giderek artmaya başladığını öne sürmüştür. Özellikle Türk Lirası'nın aşırı değerlenmesi ve Çin ve Hindistan'ın dünya küresel tedarik zincirine entegrasyonun aynı dönemde olmasının Türkiye'nin ara mal-girdi temininde "ithalatlaşma" sürecini hızlandırdığını vurgulayan Yükseler ve Türkan (2008), "Asyalılaştırma" olarak isimlendirilen bu süreçte Türkiye'nin ithalatının Doğu Asya ülkelerine kaymaya başladığına işaret etmişlerdir.

Türkiye 2000'li yılların başında 'erken sanayisizleşme' problemi ile yüz yüze kalmıştır. TL'nin aşırı değerli hale gelmesi, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olması gibi kritik gelişmeler Türkiye'de imalat sanayinin rekabet avantajının bir kısmını kaybetmesini ve kaynakların daha çok dış ticarete konu olmayan hizmetler sektörüne kaymasına fırsat vermiştir. Ekonomik gelişmenin henüz erken bir aşamasında imalat sanayinin ivme kaybederek ağırlığın dengesiz biçimde hizmetler sektörüne kaymasının, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin uzun vadeli ekonomik büyümesine zarar verdiği bilinmektedir (Rodrik, 2016).

Türkiye imalat sanayinin önündeki en önemli iki konu dünyada giderek artan korumacılık politikaları ve Türkiye sanayisinin üretim gücünün yüksek teknoloji grubu ürünler yerine düşük ve orta teknoloji grubu ürünlerde yoğunlaşmasıdır.

Güney Kore, Tayvan, Çin gibi Doğu Asya ülkeleri ise imalat sanayinin önemini çok iyi kavrayarak sektörün gelişimini seçici politikalarla desteklemeyi uzun yıllar sürdürmüştür. Bu ülkeler imalat sanayi önceliğinde ihracata dayalı büyüme modelini takip ederek orta yüksek ve yüksek teknolojili ürün gruplarını kendine hedef olarak seçmiştir (Chang, 2006; Yülek, 2019). Doğu Asya ülkeleri ihracata dayalı büyüme modelinin ancak imalat sanayinde böylesi bir yapısal değişim yaşandığı takdirde beklenen pozitif etkiyi oluşturabileceğini hesaplamışlardır. Türkiye'de ise imalat sanayi toplam üretiminin ve ihracatının artmasına rağmen, yıllardır teknoloji yoğunluğu haritasında büyük değişimler olmamış, ileri teknoloji ürünlerinin oranı çok düşük kalmıştır. Türkiye imalat sanayinin ciddi bir tecrübe birikimi, geleneği, ürün çeşitliliği ve ihracatta geniş pazar yelpazesi olmasına rağmen, teknoloji içeriğindeki düşüklük mevcut rekabet gücünün sürdürülebilirliği açısından ciddi endişeler yaratmaktadır (Doğruel, 2021).

Türkiye'nin hem imalat sanayindeki katma değerli üretimi arttırarak cari açığını azaltmak hem de küresel değer zincirlerindeki ağırlığını arttırmak için orta yüksek ve yüksek teknoloji ürünlere ağırlık vermesi sıkça dillendirilen bir gerçektir. Ancak, bunu yapabilmek için Türkiye'nin öncelikle ara mallardaki dışa bağımlılık ve katma değer seviyesi gibi göstergelere dair verilere dayalı detaylı bir analiz yaparak sektör ve ürün grupları bazında seçici politikalar tasarlaması ve daha sonrasında bu politikaları uygulamaya sokması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda bu makalenin ele almaya çalıştığı en temel mesele, imalat sanayinde alt sektör ve teknoloji yoğunluğu bazında ithal girdi oranlarını hesaplayarak seçici politikalar tasarımını destekleyici yönde daha detaylı bir resim ortaya koymaktır.

Bu çalışma, Türkiye'nin kronik olarak dış ticaret açığı verdiği ve küresel tedarik zincirlerinde belli ürün gruplarında rekabet halinde olduğu Doğu Asya ülkeleri için de ithal girdi oranlarını hesaplayarak Türkiye'nin mevcut durumunu bu ülkelerle kıyaslamayı amaçlamaktadır. Türkiye'nin imalat sanayi ve dış ticaret yapısını Doğu Asya ülkeleri ile birlikte değerlendirmek üç açıdan önemlidir. Birincisi, Türkiye'nin bu ülkelere yaptığı dış ticarete uzun süredir açık vermesiyle alakalıdır. İkinci neden ise, Türkiye'nin belli ürün gruplarında gerek dış ticaret gerekse küresel tedarik zincirlerine eklenme açısından bu bölgedeki ülkelerle rekabet halinde olmasıdır. Son olarak, Doğu Asya'daki bazı ülkelerin ortaya koydukları başarılı dönüşüm ve gelişim performanslarının Türkiye açısından belli açılardan örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

Türkiye'nin 2021 yılında 46 milyar dolar olan toplam dış ticaret açığının, 39,65 milyar dolarının Çin, Japonya, Güney Kore, Tayvan ve Hong Kong olarak gruplanan Doğu Asya ülkeleri ile yapılan dış ticaretinden kaynaklanması dikkat çekicidir. Bu ülkelerle yapılan dış ticarete ihracatın ithalatı karşılama oranı %14,07 seviyesindedir. Türkiye'nin toplam dış ticaret açığının 28,5 milyarlık kısmının sadece Çin'le yapılan ticaretten kaynaklandığı görülmektedir. Bu ülkelerden yapılan ithalatın büyük bölümü imalat sanayinin kullandığı ara mallardır. Bunlar tüketim malı olmadığı için döviz kurlarında yüksek artış olsa dahi ihracatı ve üretimi devam ettirmek için zorunlu olarak ithalat devam etmektedir. Türkiye'nin imalat sanayi teşvik politikasında ve öncelikli sektör seçimlerinde dikkate alınması gereken en önemli faktörlerin başında ara mal ithalatı olduğu düşünüldüğünde, Doğu Asya ülkelerinin imalat ve ihracat yapılarının detaylı biçimde incelemesinin önem arz ettiği ortadadır.

Bu çalışmada 2000-2014 dönemini kapsayan WIOD/NIOT Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak Türkiye'nin ve Doğu Asya ülkelerinin imalat sanayi sektörlerinin toplam üretim ve ihracat içindeki ithal girdi oranları -dikey uzmanlaşma oranları- hesaplanmış ve bu sonuçlar üzerinden karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu çalışma, literatürden farklı olarak Türkiye'nin imalat sanayi dikey uzmanlaşma ve toplam üretim içinde yabancı katma değer oranlarını teknoloji gruplarına göre sınıflandırmakta ve sonuçlar Doğu Asya ülkelerinin oranları ile kıyaslamaktadır. Çalışmanın bulguları, Japonya, Güney Kore ve Tayvan'dan sonra Çin'in de imalat sanayi yapısında yüksek ve orta yüksek teknoloji grubunda çoğunluğu yakaladığı, buna karşılık Türkiye'nin bu yapısal dönüşümde başarılı olamadığına işaret etmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Türkiye'nin toplam üretim ve ihracattaki dışa bağımlılığıyla ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Bazı çalışmalar TÜİK, bazıları ise WIOD girdi-çıkıtı tabloları kullanılarak hazırlanmıştır. Gündoğdu ve Saraçoğlu (2016) çalışmasında 1995-2011 yılları arasında Dünya Girdi Çıkıtı Veri tabanını (WIOD) kullanarak Türkiye'nin Küresel Değer Zincirlerine (KDZ) katılımındaki eğilimleri, özellikle geriye dönük entegrasyon (yani dikey uzmanlaşma (DUO) - vertical specialization (VS)- veya ihracatta katma değer yabancı içeriği) yoluyla incelemektedir. Bu, Türkiye ihracatında VS'yi sektörel ve ticari ortak boyutlarında analiz etmek için WIOD'u benimsemeye yönelik ilk girişimdir. Bulgular, Türkiye'nin VS'nin 1995 ile 2011 yılları arasında arttığını göstermektedir. Üretimdeki sektörel eğilimleri teknolojik sınıflandırma açısından değerlendirildiğinde; özellikle 2000'li yıllarda, Türkiye'nin orta-yüksek ve yüksek teknoloji sektörlerindeki VS payı, orta-düşük ve düşük teknolojili sektörlerdekinden daha hızlı arttığı sonucuna varılmıştır. Çalışmamızda bu çalışmaya ek olarak VS değerleri 2014 yılına kadar hesaplanmış ve ayrıca toplam üretim içindeki yabancı katma değer oranları sektör ve teknoloji grubu bazında hesaplanmıştır.

Güngör (2019) tarafından 2000-2014 WIOD verileri ile yapılan hesaplamalardan çıkan sonuçlara göre, Türkiye'nin dikey uzmanlaşma temelli ticareti giderek artmakta olup dikey uzmanlaşma, 2000'de yüzde 16,2'den 2014 yılında toplam ihracatın yüzde 28,5'ine tekabül etmektedir. Ayrıca, diğer birçok çalışma ile de uyumlu olarak Türkiye'deki dikey uzmanlaşma faaliyetlerinin hizmetler sektöründense imalat sektöründe önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Yılmaz (2019) tarafından WIOD 2000-2014 verileri ile yapılan girdi-çıkıtı analizlerinde dikey uzmanlaşma oranının yıllar itibariyle artış gösterdiği, en yüksek artışın ise imalat sanayinde olduğu görülmüştür. 2010-2014 dönemlerinde dikey uzmanlaşma oranındaki artışın istihdam üzerine etkisinin negatif yönlü ve istihdamı azaltıcı yönde olduğu hesaplanmıştır.

Dağıstan (2019) tarafından 1995-2011 yıllarını kapsayan WIOD verileri kullanılarak yapılan çalışmada Türkiye'nin dikey uzmanlaşma oranında ana metal sanayi ve motorlu taşıtlar sektörlerinde diğer sektörlerle göre daha fazla artış olduğu tespit edilmiştir. Dikey uzmanlaşma oranı artış gösteren sektörlerde yerli katma değer payının önemli ölçüde azaldığı hesaplanmıştır.

Alkın (2020) 2000-2014 yıllarını kapsayan WIOD verileri ile yaptığı analizlerde imalat sanayinin hizmet ve tarım sektörlerine göre daha yüksek yabancı katma değere sahip olduğunu tespit etmiştir. Çalışmada imalat sanayi içinde motorlu taşıtlar, makine ve ekipman, kauçuk ve plastik ürünler sektörlerinin en fazla yabancı katma değere sahip olduğu görülmektedir. Yukarıdaki çalışmalara paralel biçimde Ünal (2020) Türkiye'nin ara malı ithalatına olan bağımlılığının 2000-2014 döneminde önemli ölçüde arttığını göstermiştir.

Nas (2021) 2000-2014 dönemini içeren girdi-çıkıtı analizi sonucundan elde edilen bulgulara göre, imalat sanayi, enerji ve inşaat sektörlerinin en yüksek ithal girdiye bağımlı oldukları tespit edilmiştir. İmalat

sanayi içinde ise özellikle ileri teknoloji grubunda bağımlılık oranının daha yüksek olduğu görülmüştür. 2014 yılında 0,4365 değeri ile en yüksek ithal girdi kullanımının C26-bilgisayar, elektronik ve optik ürünleri imalatı sektöründe olduğu hesaplanmıştır.

Çalışkan (2021) 2012 girdi-çıktı tabloları ile yaptığı hesaplamalarda bilgisayar-elektronik, optik ürünler ve elektrikli teçhizat (BİT) sektöründe kullanılan ithal ara girdilerin bu sektörün üretimi içerisindeki payı %24,8 olarak bulunmuştur.

Ersungur ve diğerleri (2015) çalışmasında Türkiye ile Doğu Asya ülkelerinden Çin, Güney Kore, Japonya ve Tayvan arasındaki dış ticaret ilişkileri ele alınmış, girdi-çıktı tablolarını kullanarak kilit endüstriler belirlenmiş ve ülke karşılaştırmaları yapılmıştır. 1995-2011 döneminde Türkiye ve Doğu Asya ülkelerinde genel olarak ihracat içinde imalat sanayinin payının arttığı, bununla beraber Türkiye'nin ithal girdi ihtiyacının diğer ülkelere göre daha fazla arttığı tespit edilmiştir.

Doğu Asya ülkeleri üzerine yapılan çalışmalar ele alındığında Dean (2008) Çin'in dikey uzmanlaşma oranlarını iki yöntem kullanılarak tahmin etmiştir. İlk yöntem, resmi kıyaslama IO tabloları olan Hummels ve diğerleri (2001) ölçüsünü kullanmıştır. İkinci yöntem birinciyi takip etmektedir, ama aynı zamanda tahsis sorununu ele almak için kıyaslama IO tablolarını işleme ve normal ihracat için ayrı tablolara ayırmaya yönelik Koopman, Wang ve Wei (2008) yöntemini de içermektedir. Sonuçlar, Çin'e yönelik bir Asya ara tedarikçi ağının güçlü kanıtlarını göstermektedir. İki yöntem de Çin ihracatının yabancı içeriği için bir dizi tahmin sağlamaktadır. 2002'de toplam ihracat %25 ile %46 arasında değişmekte olup, bazı bireysel sektörler %52-%95 gibi yüksek değerlere sahiptir. Chen ve Chang (2006) Tayvan ve Kore için ticaretin önemli bir bölümünün, dikey uzmanlaşma (DUO-VS) modeline doğru hareket etmede dünya ticareti eğilimini izlediğini belgelemektedir. Dikkate değer olan, ihracattaki DUO-VS payları istikrarlı bir şekilde artan ve üretilen ihracatın toplam DUO paylarının %90'ından fazlasını oluşturan imalat sektörüdür. Tayvan için, ihracattaki büyümenin yaklaşık %57'sine DUO-VS tabanlı ticaretteki büyüme katkıda bulunmakta iken, Kore için bu oran %64 seviyesine çıkmaktadır.

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ ve VERİ SETİ

Bu çalışmada 2016 yılında yayınlanan WIOD/NIOT verileri ile 2000-2014 yılları arasında Türkiye ve Doğu Asya ülkelerinden Japonya, Güney Kore, Çin ve Tayvan için toplam üretimdeki yabancı payı ve ihracat içindeki ithalat oranını gösteren dikey uzmanlaşma oranları hesap edilmiştir. WIOD Dünya Girdi-Çıktı Tabloları 2000-2014 yılları arası için 43 ülkeyi kapsayan temel veriler ve dünyanın geri kalanı için bir toplam verileri içeren modeldir. 56 sektör için veriler, Uluslararası Standart Endüstriyel Sınıflandırma Revizyon 4'e (ISIC Rev. 4) göre sınıflandırılmıştır.

Girdi-Çıktı Tabloları ile Analiz

Girdi-çıktı modeli ile yapılan hesaplamalarla sektörler arası ilişkiler belirlenebilmekte ve ulusal planlamalarda, teşvik uygulamalarında gerekli olan ithalata bağımlılık değerleri hesaplanabilmektedir.

Girdi-çıktı analizi, bir ekonomide üretim yapan her sektörün, diğer sektörlerle olan girdi alışverişini ve toplam üretim seviyelerini göstermektedir (Leontief, 1970).

S_1, S_2, \dots, S_n ile gösterilmek üzere n adet sektöre sahip olan açık bir ekonomide, x_i , S_i sektörünün çıktısı olmak üzere, gerçekleşen toplam çıktıyı aşağıdaki lineer denklem sistemiyle ifade edebiliriz:

$$x_1 = a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n + d_1$$

$$x_2 = a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n}x_n + d_2$$

⋮

$$x_n = a_{n1}x_1 + a_{n2}x_2 + \dots + a_{nn}x_n + d_n$$

Bu denklem sisteminde, a_{ij} , S_i sektörünün bir birim çıktı üretmesi için S_j sektöründen ihtiyacı olan girdi miktarını, d_i ise S_i sektörüne olan nihai talebi göstermektedir. Burada gösterilen denklem formül 1'de gösterilen matris eşitliğine denk olacaktır;

$$X = AX + D \quad (1)$$

$$X - AX = D \quad (2)$$

$$(I_n - A)X = D \quad (3)$$

$$X = (I_n - A)^{-1} D \quad (4)$$

A , girdi-çıktı katsayılarını içeren tüm sektörler arasındaki ilişkiyi tanımlayan $n \times n$ boyutunda bir matristir. A matrisinin elemanları tüm sektörlerin birbirlerinden doğrudan ve dolaylı girdi talepleriyle ilgili bilgileri göstermektedir. Girdi-çıktı tabloları bir malın üretiminde diğer tüm sektörlerden ve kendi sektörlerinden dolaylı olarak kullandığı girdilerin değerini de hesaplayabilmemizi sağlamaktadır.

Denklem 4'de yer alan $(I_n - A)^{-1}$ matrisi Leontief ters matrisi olarak isimlendirilmektedir. Leontief ters matrisi üretim zincirinde yer alan sektörler arasındaki geriye doğru bağımlılığı temsil etmektedir. Denklem 4'de gösterilen X değeri nihai talebe karşılık gelen çıktı miktarını ifade etmektedir. Leontief yaklaşımıyla girdi-çıktı tablolarından yararlanarak nihai talepteki bir değişimin ilgili tüm sektörlerin üretiminde meydana getirdiği hem dolaylı hem de dolaysız etkilere ulaşılabilmektedir (Tok, 2019).

Toplam Üretimde İthalat Girdi Oranı

Girdi-Çıktı tablolarında bir sektörün gerçekleştireceği üretim için gerekli olan girdilerin yerli ve ithal olarak iki ayrı bölümde görmek mümkündür. Bu şekilde her sektör için yapılan girdi tedarik ayrımı üretim için gerekli olan ithal girdi kullanım oranının da hesaplanmasına imkân sağlamaktadır. Bunun için Leontief tarafından geliştirilen metot kullanılmaktadır. Toplam girdi formülü Denklem 5'te A_d yerli girdi katsayısının ve A_m ithal girdi katsayısının toplamı olarak gösterilmektedir.

$$A = A_d + A_m \quad (5)$$

Buradan hareketle, talep ile çıktılar arasındaki ilişki Denklem 6 ve 7'deki gibi gösterilebilir:

$$X = (I_n - R)^{-1} (I_n - A_d)^{-1} D \quad (6)$$

$$R = A_m (I_n - A_d)^{-1} \quad (7)$$

Yukarıdaki denklemlerde girdiler yurtiçi ve ithalin toplamı olarak ifade edilmiştir. Girdi-Çıktı tablolarının hesaplanmasında kullanılan Leontief ters matrisi yerli ve ithal olarak iki ana bileşenin çarpımı olarak değerlendirilebilmektedir. $(I_n - R)^{-1}$ ithalat ters matrisinde A_m doğrudan ithal girdi ihtiyacını gösterirken, $(I_n - A_d)^{-1}$ ise hesaplamının dolaylı etkileri de içermesini sağlamaktadır. İthalat ters matrisinde yer alan her bir sütunun toplamı alındığında bulunan değer, bu sektörün nihai talebindeki değişimin gerekli kıldığı dolaylı ve dolaysız olarak ithal girdi ihtiyacını bulmamızı sağlamaktadır. Ayrıca R matrisinin sütun toplamı ise bu sektörde bir birimlik üretimin ne kadar ithal girdi ihtiyacı meydana getirdiğini göstermektedir (Tok, 2019).

Dikey Uzmanlaşma Oranı Yöntemi

Dünya küresel tedarik zincirinin ürün bazında ülkelere göre parçalı hale gelmesi, her ülkenin sisteme entegrasyonunun doğru şekilde tespit edilmesini önemli hale getirmiştir. Ülkelerin üretim aşamalarının hangi aşamasında uzmanlaştığı, yerli ve yabancı katma değer oranlarının doğru hesaplanması ülkelerin stratejik planlamalarında önemli bir parametre haline gelmiştir. Dikey uzmanlaşma oranının hesaplanmasında girdi-çıktı tablolarının kullanılması ile ithal girdi kullanımının sektörel dağılımının doğru hesaplanabilmesi mümkün olmaktadır.

Dikey uzmanlaşma ölçütlerinin girdi-çıktı tabloları ile hesaplanmasında en çok kullanılan metot Hummels ve diğerleri (2001) tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşıma göre, bir mal birden fazla birbirini takip eden birden fazla aşamada üretilmeli, birden fazla ülke bu üretim sürecine katma değer sağlamalı ve en az bir ülke üretim aşamasında ithal ara mal kullanmalı ve ürettiği malın bir kısmını ihraç etmelidir.

Aşağıdaki açıklamalarda VS olarak adlandırılacak olan dikey uzmanlaşma değeri Denklem 8'de gösterildiği şekilde hesaplanmaktadır. Hummels ve diğerleri (2001) tarafından geliştirilen HIY metodolojisi ile j sektöründeki dikey uzmanlaşma ile bu sektörün ihracatı için ihtiyaç duyduğu ithal girdilerin miktarı Denklem 8'de gösterildiği gibi ölçülmektedir.

$$VS_j = \left(\frac{\text{ithal girdi miktarı}}{\text{toplam üretim}} \right) \text{ihracat} = \sum_{i=1}^n \left(\frac{M_{ij} X_j}{Y_j} \right) = \sum_{i=1}^n a_{ij}^M X_j \quad (8)$$

Denklem 8'deki M_{ij} j sektöründe üretimi gerçekleştirmek için kullanılan (i) ithal ara girdi malının değerini, Y_j ise j sektörünün toplam üretimini, X_j j sektörü tarafından gerçekleştirilen toplam ihracatı, a_{ij}^M ise Y_j çıktısının üretimini gerçekleştirmek için kullandığı (i) ithal ara malının değerini göstermektedir.

Denklem 9'da ise k ülkesi için toplam dikey uzmanlaşma VS_k her bir j sektörü için dikey uzmanlaşma oranlarının toplamlarından elde edilmektedir.

$$VS_k = \sum_{j=1}^n VS_j = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n a_{ij}^M X_j \quad (9)$$

VS değerini k ülkesinin gerçekleştirdiği toplam ihracatın bir oranı olarak hesaplamak, yapılacak analiz ve karşılaştırmaları daha kolaylaştıracaktır. Bunun için k ülkesinin gerçekleştirdiği toplam ihracatındaki ithal girdi oranı veya dikey uzmanlaşma oranı ise aşağıdaki Denklem 10 ile hesaplanmaktadır (Dağıstan, 2019 ve Güngör, 2019).

$$\frac{VS_k}{X_k} = \frac{\sum_{j=1}^n VS_j}{\sum_{j=1}^n X_j} = \sum_{j=1}^n \left[\left(\frac{VS_j}{X_j} \right) \left(\frac{X_j}{X_k} \right) \right] = \sum_{j=1}^n \left[\left(\sum_{i=1}^n a_{ij}^M \right) \left(\frac{X_j}{X_k} \right) \right] \quad (10)$$

Bir ülkenin dikey uzmanlaşma oranına diğer ülkelerin katkılarının hesaplanması da önemli bir parametredir. Bunun için çalışmamızda WIOD 2000-2014 verilerinden “Ülkeler-Türkiye” matrisleri ayrı ayrı alınmış ve örnek oluşturması için Çin, Japonya, Almanya ve Güney Kore ülkelerinin Türkiye’nin dikey uzmanlaşmasına katkıları yüzde olarak hesaplanmıştır. Bu hesaplamada yukarıdaki VS hesaplama formülleri her ülke için Ülke-Türkiye matrisinden hesaplanmış ve bulunan oranın Türkiye’nin toplam VS’si içindeki payı yüzde olarak bulunmuştur.

BULGULAR ve ANALİZ

Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri İmalat Sanayi Sektörleri Toplam Üretimde İthal Girdi Payları

Çalışmamızın ilk bölümünde 2016 yılında yayınlanan WIOD/NIOT 2000-2014 Girdi-Çıktı tabloları verilerinden sektör bazında Türkiye’nin ve Doğu Asya ülkelerinin toplam üretimdeki ithal girdi payları hesaplanmıştır. Türkiye’nin 2000-2005-2010 ve 2014 yılları için girdi-çıktı tabloları kullanılarak oluşturulan toplam üretim içindeki yabancı katma değer-ithal girdi oranları Tablo 1’de görülmektedir. Tabloda sektörler teknoloji gruplarına göre ayrılmıştır. Elde edilen sonuçlar, Türkiye’nin 11. Kalkınma Planı’nda öncelik verdiği sağlık ürünleri, otomotiv, raylı sistemler (diğer ulaşım araçları), kimya sanayi, makine-teçhizat ve elektronik sektörlerinde ilgili dönemde ithalata bağımlılık ve/veya üretimde yabancı paylarında kayda değer artışlar yaşandığını göstermektedir. Bu sektörlerdeki ara mal girdilerinin ithalata bağımlılıkları devam ederken, artan ihracat dolaylı olarak yabancı payını da artırmaktadır. 2000-2014 yılları arasında yabancı katma değer artışının en yüksek olduğu sektörler; %82,3 artış ile fabrikasyon metal ürünler, %76,7 artış ile mobilya, %73,7 artış ile makine ve teçhizat sektörleridir. Azalış veya görece düşük seviyede artış görülen sektörler ise %27,5 azalış ile kok ve rafine petrol ürünleri, %8,2 artış ile mineral ürünler, %36,5 artış ile medya olmuştur. 2014 yılında en yüksek toplam yabancı katma değer oranına sahip ilk üç sektör; %43,5 oranıyla elektronik, %42,3 ile ana metal ve %41,9 ile motorlu taşıtlar sektörleri olmuştur. 2000 yılında ise bu sıralama petrol ürünleri, elektronik ve motorlu taşıtlar sektörleri şeklindedir. Özellikle yüksek teknoloji grubunda olan bilgisayar-elektronik ürünler grubunun 2014 yılında ilk sırada, 2000 yılında ise ikinci sırada olması önemlidir. İhracatta en yüksek değere sahip sektörlerden biri olan motorlu taşıtlar sektörünün yabancı katma değer oranınının 2000 yılında %25,1’den 2014’de %41,9’e yükselmesi de önemli göstergelerdendir. Artan motorlu taşıt üretimi ve ihracatına

bağlı olarak sektöre verilen teşvikler -sektörde yerli girdi oranı artırılmadığı için- aynı zamanda yurtdışı ara mal üreticilerinin de teşviki anlamına gelmektedir.

Tablo 1. Türkiye İmalat Sanayi Sektörleri Toplam Üretimde Yabancı Katma Değer Payları ve 2000-2014 Yılları Değişim Oranları (%)

Sektör Kodu	Sektör	2000	2005	2010	2014	Değişim%
DÜŞÜK TEKNOLOJİ						
C10-C12	Gıda ürünleri, içecekler ve tütün ürün.	12,2	13,0	15,7	19,6	60,4
C13-C15	Tekstil, giyim ve deri ürünleri	16,7	20,4	22,0	24,4	46,1
C16	Mobilya hariç ahşap	18,9	24,2	24,8	28,0	47,7
C17	Kağıt ve kağıt ürünleri	19,9	24,9	26,3	27,8	39,7
C18	Kayıtlı medyanın basılması ve çoğalt.	15,3	18,3	19,4	20,9	36,5
C31_C32	Mobilya, diğer imalat	21,5	32,0	32,5	37,9	76,7
ORTA-DÜŞÜK TEKNOLOJİ						
C19	Kok ve rafine petrol ürünleri	38,9	47,9	45,4	28,2	-27,5
C22	Kauçuk ve plastik ürünler	23,4	31,4	33,3	38,5	64,9
C23	Diğer metalik olmayan mineral ürünler	18,5	25,5	25,1	20,0	8,2
C24	Ana metaller	24,8	39,0	38,7	42,3	70,5
C25	Fabrikasyon metal ürünler	21,6	34,0	34,4	39,4	82,3
ORTA-YÜKSEK TEKNOLOJİ						
C20	Kimyasallar ve kimyasal ürünler	23,3	30,7	31,8	34,1	46,7
C27	Elektrikli ekipman	20,9	29,4	30,5	35,7	70,7
C28	Bys makine ve teçhizat	19,2	28,4	28,8	33,4	73,7
C29	Motorlu taşıtlar, römorklar, yarı röm.	25,1	38,8	39,1	41,9	66,9
C30	Diğer ulaşım ekipmanları	14,8	20,4	22,1	24,3	64,7
YÜKSEK TEKNOLOJİ						
C21 ¹	Eczacılık ürünleri	-	-	-	-	-
C26	Bilgisayar, elektronik ve optik ürünler	29,4	35,5	29,2	43,5	47,7

Tablo 2’de Türkiye ve Doğu Asya ülkelerinin toplam üretim içindeki ithalat payları sektör bazında gösterilmiştir. 2014 yılında toplam üretim içinde ithalata bağımlılıkta en yüksek orana sahip olan ilk üç sektör; Türkiye’de elektronik, ana metal ve motorlu taşıtlar sektörleri; Japonya’da petrol rafineri, ana metaller ve kimya sektörleri; Güney Kore’de petrol rafineri, ana metal ve kimya ürünleri sektörleri; Çin’de elektronik, petrol rafineri ve ana metal sektörleri; Tayvan’da ise petrol rafineri, ana metal ve kimya sektörleri olmuştur. Tabloda dikkat çekici olan, Doğu Asya ülkelerinin hepsinde doğal kaynak yetersizliğinden kaynaklanan petrol rafineri, ana metal ve kimya sanayilerinin toplam üretimde ithalata bağımlılıkta ilk sıralarda olmalarıdır.

¹ NIOT verilerinde -diğer ülkeler için olmasına rağmen- Türkiye için C21-Ecza ve Tıp ürünleri sektörü verileri yoktur.

Tablo 2. 2000-2014 Yılları Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri Toplam Üretimde Yabancı Katma Değer Payları (%)

Kod	ÜLKE Sektör	Türkiye		Güney Kore		Japonya		Çin		Tayvan	
		2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014
Düşük Teknoloji		15,5	23,6	21,6	26,5	7,0	14,1	12,4	9,7	28,7	34,6
C10-C12	Gıda	12,2	19,6	17,9	24,7	6,0	13,0	7,1	7,4	22,9	29,4
C13-C15	Tekstil	16,7	24,4	25,8	28,1	8,2	16,9	16,5	10,1	31,8	39,4
C16	Ağaç Ür.	18,9	28,0	23,7	28,4	13,1	17,7	12,5	13,2	39,1	44,4
C17	Kağıt ür.	19,9	27,8	23,8	27,8	8,3	17,6	14,2	15,6	31,4	39,6
C18	Medya	15,3	20,9	19,5	24,6	5,0	8,9	13,0	13,0	28,0	30,9
C31_C32	Mobilya,dğ	21,5	37,9	18,8	28,7	8,8	18,2	11,6	11,1	31,4	41,9
Orta-Düşük Teknoloji		25,4	33,9	42,6	49,8	14,6	38,1	15,1	19,2	38,0	55,9
C19	Kok. Rafine	38,9	28,2	67,9	72,8	33,2	55,7	14,7	23,8	53,2	76,6
C22	Kauçuk ür.	23,4	38,5	26,2	33,3	9,0	22,4	17,7	16,7	37,4	48,1
C23	Mineral ür.	18,5	20,0	26,9	33,9	10,2	24,9	12,3	14,5	26,2	43,9
C24	Ana Metal	24,8	42,3	36,4	44,2	15,6	45,1	15,3	20,9	41,1	56,4
C25+C33	Fab. Metal	21,6	39,4	25,1	32,6	8,6	23,1	15,7	16,7	30,5	39,4
Orta-Yüksek Teknoloji		22,1	35,7	29,0	34,6	9,9	25,8	16,5	17,2	41,1	54,8
C20	Kimyasal Ü.	23,3	34,1	36,1	42,9	12,7	37,5	17,7	18,3	45,8	65,0
C27	Elektrikli ek.	20,9	35,7	27,8	31,2	9,8	25,4	18,0	19,0	46,7	44,5
C28	Bys makine	19,2	33,4	24,2	30,2	9,1	19,7	15,1	16,8	46,7	40,0
C29	Motorlu taşıt	25,1	41,9	24,5	29,0	8,7	22,5	14,5	14,8	30,7	40,0
C30	Diğer ulaşım	14,8	24,3	26,7	33,8	10,8	22,4	17,2	17,3	32,1	42,3
Yüksek Teknoloji		29,4	43,5	33,6	34,9	10,6	19,5	25,8	24,8	48,4	39,8
C21	Ecza, Tıp ü.	-	-	22,3	29,3	5,8	11,9	9,9	9,2	28,8	36,3
C26	Elektronik ü.	29,4	43,5	34,8	35,6	11,4	21,7	29,8	27,8	48,8	39,9
Toplam İmalat-C		19,3	28,7	31,4	37,3	10,5	26,6	15,8	16,8	40,5	48,2

Türkiye imalat sanayinde yabancı katma değer oranında 2000 yılından 2014 yılına en yüksek artış %47,7 ile yüksek teknoloji grubunda ve %61,1 ile orta-yüksek teknoloji gruplarında görülmektedir. Yüksek teknoloji grubunda Türkiye'deki bu artışa karşılık Tayvan, Çin ve Kore'de 2000-2014 yılları arasında değişim yok denecek kadar azdır veya eksi yönde gelişmiştir. Doğu Asya ülkelerinin toplam üretiminde lokomotif olan yüksek ve orta ileri teknoloji gruplarında ithalata bağımlılıkta artışın çok düşük olması sağlıklı ve sürdürülebilir kalkınma için doğru planlama yapıldığının önemli bir göstergesidir.

Tablo 3'te teknoloji grubuna göre sınıflanan üretimde yabancı katma değer payında Türkiye'nin diğer ülkelerden ayrışacak şekilde orta-yüksek ve yüksek teknoloji grubunda bağımlılığının daha yukarı seviyelerde olduğu görülmektedir. Genelde tüm gruplarda, imalat sanayinde ve toplamda en düşük bağımlılık oranının Çin'de olduğu hesaplanmıştır. Tablodan görülebileceği gibi, Türkiye'de ithal girdi kullanımı toplamda 2014 yılında %16,1 iken, imalat sektörü %28,7, tarım %10,8, maden %12,6, hizmet sektörü ise %9,8 oranında gerçekleşmiştir. Türkiye'de tarım sektöründeki yabancı payı %6,7'dan %10,8'e çıkarak %61,55'lik artış göstermesi dikkat çekicidir. Tarım sektöründe ithalata bağımlılık Çin hariç tablodaki bütün ülkelerde yüksek artışlar göstermiştir. 2014 yılında toplamda en düşük ithalata

bağımlılık oranına sahip olan ülke %12,8 ile Çin, sonra sırasıyla, %14,4 Japonya, %16,1 ile Türkiye, %26,7 ile Güney Kore, %33,7 ile Tayvan'dır. Türkiye'nin Güney Kore ve Tayvan'a göre daha iyi görünmesinin en önemli nedeni, Türkiye'de düşük ve orta-düşük teknoloji grubunda üretimin daha çok olması ve bu gruplarda ithalata daha az ihtiyaç duyulmasıdır. 2020 yılında toplam ihracatın Güney Kore'de %35,37, Çin'de %31,27, Japonya'da %18,60, Türkiye'de ise sadece %3,15 oranlarında yüksek teknoloji grubunda olması ve Türkiye'de son yıllarda artan ihracat rakamlarına rağmen bu oranda değişme olmaması ithalata bağımlılık karşılaştırmalarının toplamda değil sektör ve teknoloji odaklı yapılması gerektiğini göstermektedir.

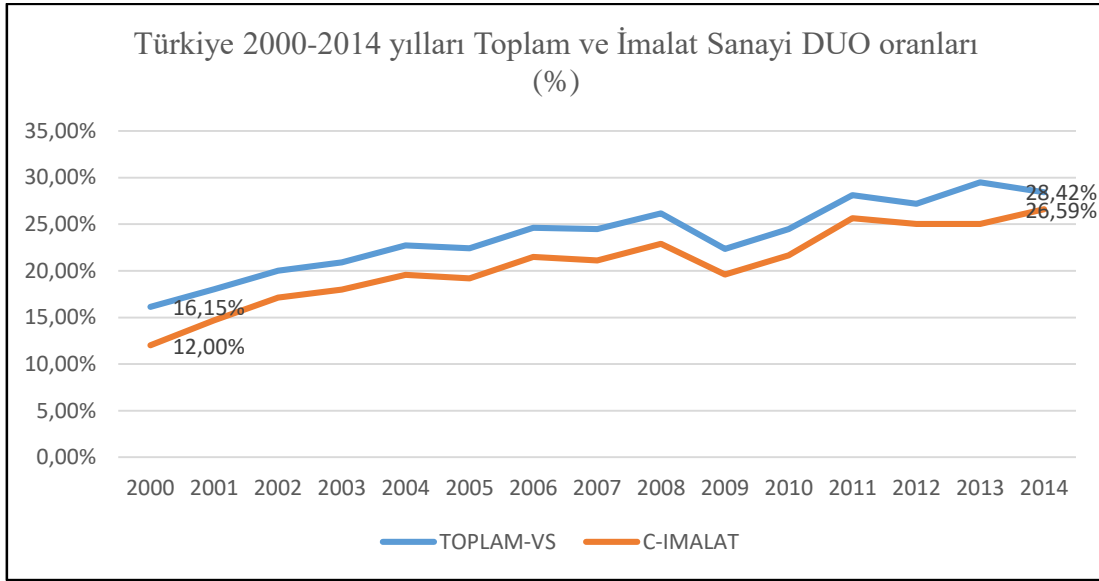
Tablo 3. Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri 2000-2014 Yılları Toplam Üretimde Teknoloji Gruplarına ve Ana Sektörlere Göre Yabancı Katma Değer Oranları (%)

Teknoloji Grubu	Türkiye -2000	Türkiye -2014	G.Kore -2000	G.Kore- 2014	Japonya -2000	Japonya -2014	Çin- 2000	Çin- 2014	Tayvan -2000	Tayvan -2014
Düşük Teknoloji	15,5	23,6	21,6	26,5	7,0	14,1	12,4	9,7	28,7	34,6
Orta-Düşük Tek.	25,4	33,9	42,6	49,8	14,6	38,1	15,1	19,2	38,0	55,9
Orta-Yüksek T.	22,1	35,7	29,0	34,6	9,9	25,8	16,5	17,2	41,1	54,8
Yüksek Tek.	29,4	43,5	33,6	34,9	10,6	19,5	25,8	24,8	48,4	39,8
İmalat Sektörü %	19,3	28,7	31,4	37,3	10,5	26,6	15,8	16,8	40,5	48,2
Tarım %	6,7	10,8	10,6	16,5	5,7	13,0	5,5	5,5	18,5	22,7
Maden %	10,7	12,6	9,0	15,6	17,8	52,5	7,2	11,2	21,0	27,5
Hizmet %	10,2	9,8	11,2	16,6	3,8	8,5	9,7	9,0	12,1	17,9
Toplam %	13,4	16,1	20,4	26,7	6,0	14,4	12,0	12,8	25,0	33,7

Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri Dikey Uzmanlaşma Oranları

Dikey uzmanlaşma oranı (DUO) ihracatın içindeki ithal girdi oranını gösterdiği gibi aynı zamanda ülkelerin küresel tedarik zincirine katılım oranını da göstermesi açısından önemlidir. DUO'nun yıllara göre artış göstermesi ülkeler açısından sağlıklı göstergelerden birisi olarak kabul edilir. Burada önemli olan DUO'ya katılımı artıran sektörlerin hangi teknoloji grubundan kaynaklandığıdır. Eğer ihracatın artışı orta-yüksek ve yüksek teknoloji gruplarında ise ve OECD ortalamasına yakın dış kaynak kullanımı varsa bu durum olumlu kabul edilebilir.

WIOD Girdi-Çıktı veri tablolarından yapılan hesaplamalara göre, Türkiye toplam dikey uzmanlaşma oranı -ihracattaki ithal girdi payı- 2000 yılında %16,15 iken 2014 yılında %28,42'ye yükselmiştir. Aşağıdaki Şekil 1'de toplamda ve imalat sanayi için dikey uzmanlaşma oranının yıllara göre değişimi WIOD tablolarından hesaplanarak gösterilmiştir. Türkiye'deki tüm sektörleri içeren toplam dikey uzmanlaşma oranının ve imalat sanayindeki dikey uzmanlaşma oranının yıllar içinde birbirine paralel artış gösterdiği görülmektedir.



Şekil 1. Türkiye'nin 2000-2014 yılları Toplam ve İmalat Sanayi Dikey Uzmanlaşma Oranları (%)

Tablo 4'te Türkiye ve Doğu Asya ülkelerinin 2000-2014 yılları arasındaki toplam dikey uzmanlaşma oranı, diğer bir deyişle ihracat içindeki ithalat oranının değişim oranları görülmektedir. Türkiye'de 2000 yılında %16,15'ten %28,42'ye olumlu yönde artış görülmektedir. Çin'de bu oranda büyük bir değişim olmamış, 2000 yılında %16,65 ile başlayan oran, 2007 yılında %24,01'e çıkmış, 2014 yılında ise tekrar %16,82 oranına gerilemiştir. Çin'de ihracat içinde yerli girdi kullanımında önemli ölçüde iyileştirmeler yapıldığı anlaşılmaktadır. 2014 yılında ülkeler içinde en yüksek toplam dikey uzmanlaşma oranı %41,83 ile Tayvan ve %35,20 ile Güney Kore'ye aittir. Japonya'da ise 2000 yılında %9,70 ile başlayan dikey uzmanlaşma oranı 2014 yılında %23,50 oranına ulaşmıştır. Bu durumda özellikle Japon otomotiv şirketlerinin verimlilik esasına göre dünyada birçok ülkede kurulu kendi üretim tesislerinden girdi üretimlerini ana ülkeye ihraç etmeleri ana etken olarak görülebilir. Japon şirketleri, verimlilik artışı açısından her ara girdiyi ayrı ayrı ülkelerde üretmek yerine belli merkezlerde üretmek yöntemini seçmiştir.

Tablo 4. Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri Toplam Dikey Uzmanlaşma Oranlarının (DUO) Karşılaştırması (%)

Yıllar	Türkiye	Japonya	Güney	Çin	Tayvan
2000	16,15	9,70	30,06	16,65	37,93
2005	22,42	13,78	29,92	23,82	40,81
2010	24,47	16,72	36,19	20,44	43,93
2011	28,12	18,95	40,99	20,18	45,58
2012	27,20	18,72	40,11	18,86	44,23
2013	29,51	21,45	37,63	18,63	43,52
2014	28,42	23,50	35,20	16,82	41,83

En yüksek ihracata sahip ve cari açık vermeyen Çin'in DUO'sunun Türkiye'den düşük olmasından hareketle salt toplam dikey uzmanlaşma oranının bir ülkenin ihracatının ithalata bağımlılığını göstermeyeceği, ülke karşılaştırma tablosundan anlaşılmaktadır. Bunun yerine ülkelerin dikey uzmanlaşma oranının teknoloji yoğunluğuna göre dağılımına bakmak daha doğru olacaktır.

Türkiye'nin 2014 yılında toplam dikey uzmanlaşma oranı (DUO) %28,42 iken imalat sanayinin DUO'su %26,59 olarak bulunmuştur. Tablo 5'te görüleceği gibi, 2014 yılında Türkiye'nin dikey uzmanlaşma oranı en yüksek olan ilk üç sektörü tekstil, ana metal ve motorlu taşıtlar iken, Japonya'nın motorlu taşıtlar, ana metal ve bilgisayar-elektronik sektörleri olmuştur. Kore, Çin ve Tayvan'ın en yüksek DUO'ya sahip sektörü ileri teknoloji grubunda olan bilgisayar-elektronik sektörüdür. Türkiye'nin en yüksek DUO'ya sahip sektörü ise yukarıda belirtildiği gibi tekstil sektörüdür.

Tablo 5. Türkiye ve Doğu Asya Ülkeleri İmalat Sanayi 2000-2014 Yılları Sektörel Bazda Dikey Uzmanlaşma Oranları (%)

Kod	Sektör	Türkiye		Güney Kore		Japonya		Çin		Tayvan	
		2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014
Düşük Teknoloji		5,42	8,49	3,88	1,52	0,25	0,46	4,31	2,05	3,30	1,57
C10-C12	Gıda	0,59	1,32	0,19	0,23	0,02	0,07	0,22	0,17	0,13	0,20
C13-C15	Tekstil	4,21	4,37	3,09	1,05	0,08	0,11	3,21	1,24	2,64	1,01
C16	Ağaç Ürün.	0,04	0,20	0,01	0,01	0,00	0,00	0,08	0,10	0,08	0,02
C17	Kağıt Ürün.	0,08	0,31	0,23	0,14	0,04	0,10	0,07	0,08	0,14	0,16
C18	Medya	0,02	0,06	0,01	0,01	0,00	0,00	0,05	0,02	0,04	0,01
C31_C32	Mobilya,diğ.	0,48	2,23	0,36	0,09	0,11	0,18	0,68	0,44	0,27	0,17
Orta-Düşük Teknoloji		2,97	8,51	6,25	9,47	1,47	6,93	1,86	2,31	4,58	9,36
C19	Kok.Rafineri	0,34	0,80	3,44	5,91	0,17	1,17	0,15	0,28	0,21	3,71
C22	Kauçuk ür.	0,44	1,55	0,46	0,45	0,17	0,73	0,61	0,41	1,21	1,14
C23	Mineral ür.	0,50	0,51	0,12	0,13	0,10	0,30	0,15	0,28	0,10	0,25
C24	Ana Metal	1,34	4,19	1,52	2,20	0,68	3,61	0,52	0,75	1,36	2,51
C25+C33	Fab. Metal	0,35	1,46	0,71	0,78	0,36	1,12	0,43	0,59	1,70	1,74
Orta-Yüksek Teknoloji		2,88	8,84	7,18	12,87	4,27	11,19	2,66	4,54	7,51	11,61
C20	Kimyasal	0,64	1,31	2,47	4,10	0,71	2,79	0,59	0,74	2,61	6,40
C27	Elektrikli ek.	0,33	1,11	0,85	1,36	0,90	1,77	1,23	1,73	1,66	1,55
C28	Bys makine	0,62	2,47	0,90	1,70	0,87	1,61	0,51	1,31	2,10	2,28
C29	Motorlu taşıt	1,04	3,70	1,81	3,03	1,48	4,28	0,09	0,37	0,37	0,66
C30	Diğer ulaşım	0,25	0,26	1,16	2,69	0,31	0,75	0,24	0,38	0,77	0,72
Yüksek Teknoloji		0,73	0,75	11,2	8,93	2,35	3,12	5,46	6,51	20,27	15,00
C21	Ecza, Tıp ür.	0,00	0,00	0,06	0,09	0,03	0,06	0,06	0,08	0,02	0,10
C26	Elektronk ür.	0,73	0,75	11,1	8,83	2,33	3,05	5,40	6,43	20,24	14,90
C	Toplam	12,00	26,59	28,5	32,80	8,35	21,70	14,29	15,41	35,65	37,53

Tablo 6’da ise Türkiye ve seçili ülkelerin 2000-2014 yılları arasındaki dikey uzmanlaşma oranlarındaki (DUO) sektör bazında değişimler görülmektedir. Türkiye ilk üç teknoloji grubundaki iyileşmeyi ileri teknoloji grubunda gerçekleştirilememiştir. Türkiye’nin imalat sanayinin %26,59’luk DUO’sunun 8,84 yüzde puanının orta yüksek teknoloji grubundan, 0.75 yüzde puanının ise yüksek teknoloji grubundan sağladığı görülmektedir. Güney Kore’nin %32,80’lik DUO oranının, 12,87’si orta yüksek teknoloji grubundan, %8.93’ünün ise yüksek teknoloji grubundan geldiği görülmektedir. Çin 2000-2014 yılları arasında düşük teknoloji grubunda düşüş sağlarken ileri teknoloji grubunda DUO’da artış kaydetmiştir. Diğer ülkelerde de imalat sanayi DUO’suna en önemli katkının Türkiye’nin aksine orta-yüksek ve yüksek teknoloji grubundan geldiği görülmektedir.

Tablo 6. 2000-2014 Yılları Türkiye ve Doğu Asya Ülkelerinin Teknoloji Gruplarına Göre DUO Oranları (%)

ÜLKELER	Türkiye		Güney Kore		Japonya		Çin		Tayvan	
	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014
Teknoloji										
Düşük	5,42	8,49	3,88	1,52	0,25	0,46	4,31	2,05	3,30	1,57
Orta-Düşük	2,97	8,51	6,25	9,47	1,47	6,93	1,86	2,31	4,58	9,36
Orta-Yüksek	2,88	8,84	7,18	12,87	4,27	11,19	2,66	4,54	7,51	11,61
Yüksek	0,73	0,75	11,22	8,93	2,35	3,12	5,46	6,51	20,27	15,00
İmalat Sanayi	12,00	26,59	28,53	32,80	8,35	21,70	14,29	15,41	35,65	37,53
Toplam DUO	16,15	28,42	30,06	35,20	9,70	23,50	16,65	16,82	37,93	41,83

Tablo 7’de sektörlerin teknoloji gruplarına göre toplulaştırılmış DUO oranlarının 2014 sonuçları özetlenmiştir. Türkiye’nin imalat sanayine ait toplam dikey uzmanlaşma oranının teknoloji gruplarına göre dağılımı şu şekildedir; Düşük teknoloji %31,93, Orta-düşük 32,01, Orta-yüksek %33,23, ileri teknoloji grubu %2,83’dür. Çin’de ise düşük teknoloji grubu sektörlerin katkısı %13,31 iken ileri teknoloji grubu sektörlerin katkısı %42,24’dür. Tayvan’da Çin gibi ileri teknoloji grubu %39,96 ile en yüksek orana sahiptir. Buna karşılık Güney Kore ve Japonya’ya ait en yüksek oranların orta-ileri teknoloji grubunda yoğunlaştıkları görülmektedir.

Teknoloji gruplarını Düşük+Orta Düşük (DOD) ve Yüksek+Orta Yüksek (YOY) olarak toplamda iki grubu ayırarak incelediğimiz takdirde, Türkiye’nin DOD oranı %63,94 ve YOY oranı %36,06, Çin’in DOD oranı %28,32 ve YOY oranı %71,68, Güney Kore’nin DOD oranı %33,52 ve YOY oranı %66,47, Tayvan’ın DOD oranı %29,13 ve YOY oranı %70,88, Japonya’nın DOD oranı %34,05 ve YOY oranı %65,95 olarak hesaplanmaktadır. Sonuç olarak en yüksek YOY oranının %71,68 ile Çin’e ait olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye’nin Doğu Asya ülkelerinden ayrışmasının en belirgin göstergesi olarak görülebilir. DOD/YOY oranı Türkiye’de 64/36 iken, Doğu Asya ülkelerinde ise Türkiye’nin tam tersine bu oranın yaklaşık 30/70’lerde olduğu görülmektedir. Türkiye’nin 2014 yılı imalat sanayi DUO oranı bütün sektörler ele alınarak hesaplandığında ortaya çıkan %26,59 oranı dünya tedarik zincirine entegrasyon açısından iyi olarak kabul edilirken, bu değer büyük oranda düşük ve orta düşük

sektörlerin katkısı ile ortaya çıkması sürdürülebilirlik açısından en önemli sorunlarından biri olarak görülebilir.

Tablo 7. 2014 Yılı Türkiye ve Doğu Asya Ülkelerinde DUO'yu Oluşturan Teknoloji Gruplarının Toplama Katkı Oranları (%)

DUO 2014 %	Türkiye	G.Kore	Japonya	Çin	Tayvan
Düşük Teknoloji	31,93	4,64	2,13	13,31	4,19
Orta-Düşük Teknoloji	32,01	28,88	31,92	15,01	24,94
Orta-Yüksek Teknoloji	33,23	39,25	51,59	29,44	30,92
Yüksek Teknoloji	2,83	27,22	14,36	42,24	39,96
DUO Toplam %	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
DUO 2014 C-İmalat %	26,59	32,80	21,70	15,41	37,53

Türkiye ve Doğu Asya ülkeleri dikey uzmanlaşma oranları tüm sektörleri kapsayacak şekilde yeniden hesaplanmış ve Tablo 8'de özetlenmiştir. Bütün ülkelerde ortak olan özellikler DUO'ya en büyük katkının imalat sanayi sektöründen gelmesidir ve 2000 yılından 2014 yılına kadar bu katkı her ülkede artış göstermiştir.

Tablo 8. 2000-2014 Yılları Türkiye ve Doğu Asya Ülkelerinde DUO'nun Ana Sektörlere Göre Dağılımı (%)

Sektör	Türkiye		Güney Kore		Japonya		Çin		Tayvan	
	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014	2000	2014
İmalat	12,00	26,59	28,53	32,80	8,35	21,70	14,29	15,41	35,65	37,53
Tarım	0,30	0,45	0,03	0,02	0,01	0,02	0,09	0,03	0,18	0,12
Maden	0,07	0,23	0,00	0,01	0,02	0,17	0,16	0,06	0,00	0,00
Hizmet	3,78	1,15	1,50	2,38	1,33	1,61	2,12	1,33	2,10	4,17
Toplam	16,15	28,42	30,06	35,20	9,70	23,50	16,65	16,82	37,93	41,83

2000-2014 ülke girdi-çıkış tablolarının tüm diğer ülkelerle dış ticaret etkileşimini veren WIOD verilerinden yaptığımız hesaplamalara göre, Türkiye'nin dikey uzmanlaşma oranına 2014 yılında en çok katkıyı veren birinci ülke Almanya, ikinci ülke ise Çin olmuştur. Çin'in 2000 yılında %1,2 olan katkısı 2014 yılında %6,8'e kadar yükselmiştir. Çin'in en yüksek katkı sağladığı sektörler; tekstil, motorlu taşıtlar, makine ve ekipmandır. Çin'in artan etkisine karşılık Almanya ve Japonya'da yıllar itibarıyla Türkiye'nin ihracatı içindeki ithalat payına katkıda azalmalar görülmektedir. Güney Kore'nin ise Çin gibi Türkiye'nin dikey uzmanlaşma oranına yıllar itibarıyla artan etkisi hesaplanmıştır. Tablo 9'da Almanya, Japonya, Çin ve Güney Kore'nin yıllara göre Türkiye dikey uzmanlaşma oranına katkılarındaki değişimler gösterilmiştir.

Tablo 9. Almanya, Japonya, Çin ve Güney Kore'nin Türkiye Toplam DUO'suna Katkı Payları (%)

Yıl	Türkiye toplam DUO	Almanya katkısı %	Çin katkısı %	Japonya katkısı %	G.Kore katkısı %
2000	16,2	12,2	1,2	2,3	1,9
2007	24,5	10,3	3,8	1,2	1,7
2010	24,5	10,2	4,0	1,1	1,9
2014	28,4	10,6	6,8	1,1	4,1

Tüm dünya ticaretinde Çin'in giderek yükselen önemi göz önüne alındığında, Çin'in Türkiye'nin de dikey uzmanlaşma yapısına artan katkısı beklenen bir durumdur. Bu bakımdan, Çin'in Türkiye'nin ticaretindeki yabancı katma değer katkısı yıllar itibari ile artmış ve diğer ülkelerin paylarının yerini almaya başlamıştır. Özellikle Türkiye'nin ihracatındaki yabancı katma değer açısından yüksek teknoloji sektör olan bilgisayarlar ile elektronik ve optik ürünler sektöründe yüksek katkının Çin'den gelmesi, Çin'in Türkiye'nin teknoloji transferi sürecinde önemli bir yeri olduğunu göstermektedir (Güngör, 2019).

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Son 20 yılda imalat sanayi üretimi ve ihracatta ortaya konan kayda değer artışlara rağmen, Türkiye ekonomisi orta gelir tuzağından kurtulmayı henüz başaramamıştır. Dünya Bankası verilerine göre, Türkiye'de kişi başına düşen milli gelir 2013 yılında 12.614,8 dolar seviyesine çıksa da 2021 yılında 9.586,8 dolar seviyesine inmiştir. İleri teknoloji ürünler üretmeden, büyük oranda düşük-orta teknoloji ürünler grubunda işçilik ve lojistik maliyeti avantajlarına bel bağlayarak ekonomik kalkınmanın üst ligine çıkabilmek neredeyse imkânsızdır. Küresel tedarik zinciri içinde Türkiye kendine yüksek ve orta ileri teknoloji grubunda yer bulamamıştır. Bunun en önemli göstergeleri olarak, 2021 yılında kg başına ihracat değerinin 1,29 dolar olması, ileri teknoloji ürün grubu ihracatın toplam ihracat içindeki payının %3,15 olması, yüksek teknoloji sektörler grubunda yabancı girdi oranının %43,48 oranında olması, yine yüksek teknoloji sektörlerde dikey uzmanlaşma oranı payının %2,83 olması sayılabilir. İhracatın lokomotif olan motorlu araçlar sektöründen örnek vermek gerekirse, Türkiye'de 2021 yılında yaklaşık 800 bin otomobil üretilmesine rağmen, yerlilik oranının ortalama %55'lerde kalması ve otomobillerdeki ileri teknoloji ürünler olan yeni nesil motorların, aktarma organlarının, elektronik parçaların ve yakıt sistemlerinin halen tamamına yakının ithal olması sektörü dışarıya bağımlı kılmaktadır. Üretim ve ihracat yapısındaki çarpıklıklar Türkiye'nin sadece orta gelir tuzağında kalmasına değil, cari açığın kronik bir problem haline dönüşmesine de neden olmuştur.

Türkiye'nin küresel değer zincirinde daha etkin olabilmesi, daha yüksek katma değer yaratabilmesi ve düşük cari açık hedeflerine ulaşabilmesi için ithal girdi bağımlılığının azaltılması ve üretimde verimliliği artıracak çözümler yaratması gerekmektedir. Küresel ekonomiyle bütünleşme sürecinde her ne kadar yurt içi katma değer yaratma kapasitemiz artmış olsa da özellikle ileri ve orta teknoloji sektörlerde

katma değer yaratma kapasitemiz halen düşüktür. Düşük teknoloji sektörlerden orta ve ileri teknoloji içeren sektörlerle geçiş yaptıkça ithal ara girdilere olan talebimiz artmaktadır. Kurlarda yaşanan gelişmelerde göz önüne alındığında bu durum teknoloji yoğun sektörlerde üretim yapmamızı zorlaştırmaktadır (Çalışkan, 2021).

Bu çalışma, yukarıdaki paragraflarda kısaca özetlemeye çalıştığımız Türkiye ekonomisinin önemli açmazlarından ve kırılma noktalarından biri olan üretimde ve ihracatta dışa bağımlılığı konusunu ele almaktadır. Bu çalışmada 2000-2014 dönemini kapsayan WIOD/NIOT Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak Türkiye'nin imalat sanayi sektörlerinin toplam üretim ve ihracat içindeki ithal girdi oranları hesaplanmıştır. Çeşitli ihracat pazarlarında ve küresel tedarik zincirlerine entegrasyonda Türkiye'nin rakibi konumunda bulunan başarılı Doğu Asya ülkeleri için de aynı hesaplamalar yapılmış ve sonuçlar detaylı biçimde karşılaştırılmıştır.

Çalışmamızın bulguları ana hatlarıyla aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- 2014 yılında Türkiye'nin üretimde yabancı katma değer oranı tüm sektörlerde %16,1, imalat sanayinde %28,74 olarak gerçekleşmiştir. Gelişmiş ülkelere ve Doğu Asya ülkelerine göre iyi görünen bu oranın ana sebebi, yukarıda açıklanan üretiminin ve ihracatının büyük oranda düşük ve orta düşük teknoloji sektörlerden olmasından kaynaklanmaktadır. 2014 yılında yüksek teknoloji ürün sektörlerinde bu oran %43,5'tir ve 2000 yılına göre %47,7 artış göstermiştir.
- 2014 yılında Türkiye'de üretimde ithalata bağımlılığı en yüksek olan sektörler; elektronik-bilgisayar, ana metal ve motorlu taşıtlar sektörleridir. Bu sektörlerden ana metal ve motorlu taşıtlar sektörleri 2021 ihracatının ilk sıralarında yer almaktadırlar. Teşvik politikalarında ithal ara girdilerde yerleştirme yapmadan en yüksek ihracat yapan sektörlerle verilecek genel teşvikler aynı zamanda ithal girdi sağlayıcı ülkelerin üreticilerinin de teşvik edilmesi anlamına gelmektedir.
- 2014 yılında Türkiye'nin dikey uzmanlaşma oranı (DUO) toplamda %28,42, imalat sanayinde ise %26,59 olarak hesaplanmıştır. DUO'ya en yüksek katkıyı veren sektörler Türkiye'de düşük teknoloji grupları iken, Doğu Asya ülkelerinde ise yüksek teknoloji grupları olmuştur. Türkiye'nin DUO'suna katkı veren düşük ve orta düşük teknoloji sektörlerin (DOD), yüksek ve orta yüksek teknoloji sektörlerine (YOY) oranı 64/36 iken, Doğu Asya ülkelerinde ise bu oran Türkiye'nin tam tersine yaklaşık 30/70'lere düşmektedir.
- Türkiye'nin 2014 yılı DUO'suna ithal girdi ile en yüksek katkı sağlayan Almanya'dan sonra ikinci ülke Çin olmuştur. 2000 yılındaki %1,2 katkıdan bu yana her yıl artan bir oran göstermiştir ve 2014 yılında bu oran %6,8'e ulaşmıştır. Çin'in en yüksek katkı sağladığı sektörler; tekstil, motorlu taşıtlar, makine ve ekipmandır.

Bu çalışmanın sonuçları, toplam üretimde ve ihracat içinde yüksek yabancı girdi ihtiyacı olan sektörlerde verilecek teşviklerin montaj sanayi ve düşük teknoloji gruplarındaki ürünler için değil,

öncelikle sektörlerin ihtiyacı olan ve ithal olarak temin edilen ara girdilerin yerli katma değerinin artırılmasına yönelik verilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bu doğrultuda Ar-Ge ve yatırım teşvik planlamasında öncelikli orta-yüksek ve ileri teknoloji grubunda olan sektörlerin girdilerinin yerleşme oranını artırmaya odaklanması gerekmektedir. Örnek olarak; 2021 yılı ihracatının ana lokomotiflerinden biri olan ana metal sektöründe düşük katma değerli ürünlerin üretiminin teşviki yerine paslanmaz ve yüksek alaşımlı çelik gibi yüksek katma değerli ürünler için yeni yatırımlarının teşvik edilmesi önemlidir.

Türkiye'nin imalat sanayi ve ihracatının genel yapısını orta düşük ve düşük teknoloji grubundan öncelikle orta yüksek, daha sonra da yüksek teknoloji grubuna dönüştürmek için GİTES ve 11. Kalkınma Planı'nda da vurgulandığı gibi devlet-üniversite-özel sektör üçgeninde koordinasyonun sağlanması şarttır. Paydaşların büyük oranda birbirinden kopuk olarak hareket ettikleri bugünkü mevcut durum, kaynak israfına yol açmakta ve beklenen sonuç alınamamaktadır. İmalat sanayinin yapısını yüksek teknoloji grubuna dönüştürmeyi başaran Doğu Asya ülkelerinde üçlü koordinasyonun ve seçici teşvik politikalarının kritik rolü dikkat çekmektedir. Türkiye'nin seçici teşvik politikalarının uygulanması ve paydaşlar arasında koordinasyonun sağlanması noktalarında Doğu Asya ülkelerinden çıkarabileceği önemli dersler bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

11. Kalkınma Planı (2019-2023). T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Ankara.
11. Kalkınma Planı İmalat Sanayi Politikaları (2019). Özel İhtisas Raporu, Ankara.
- Akat, A. S. (2019). İhracat ithalata ne kadar bağımlı. *İktisat ve Toplum*, (101), 7-13.
- Alkın, H. (2020). Türkiye'nin ihracatının katma değer dağılımı ve ithal girdi bağımlılığı: 2000-2014 dönemi için küresel değer zinciri analizi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 20(1), 66-89.
- Amador, J., & Cabral, S. (2008). Vertical specialization in Portuguese International Trade. *Banco de Portugal Economic Bulletin*, 91-107.
- Aydoğuş, O. (2010). Girdi-Çıktı modellerine giriş. Ankara: Efil Yayınları.
- Baldwin, R. (2016). The great convergence, information technology and the new globalization. Belknap Press, Harvard University Press.
- Chen, H. Y., & Chang, Y. M. (2006). Trade verticality and structural change in industries: The cases of Taiwan and South Korea. *Open Economies Review*, 17(3), 321-340.
- Çalışkan, E. T. (2021). Küresel değer zincirinde Türkiye. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, *Türkiye'nin Yerli Üretimi ve Politik Ekonomisi*, 523-529.
- Dağıstan, N. (2019). Türkiye'nin dış ticaretindeki dikey uzmanlaşmanın Girdi-Çıktı modeli ile analizi. *Fiscaoeconomia*, 3(2), 1-20.
- Dean, Judith M. and Fung, K. C. and Wang, Zhi, How vertically specialized is Chinese trade? (December 30, 2008). BOFIT Discussion Paper No. 31/2008, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1324578>
- Doğruel, F. (2021). Türkiye imalat sanayi ve erken sanayisizleşme. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, *Türkiye'nin Yerli Üretimi ve Politik Ekonomisi*, 71-81.
- Duan, Y., Dietzenbacher, E., Jiang, X., Chen, X., & Yang, C. (2018). Why has China's vertical specialization declined? *Economic Systems Research*, 30(2), 178-200.
- Ersungur, Ş. M., & Ekinci, E. D. (2015). Türkiye ve Doğu Asya ülkeleri arasındaki dış ticaret ilişkileri: Girdi-Çıktı yöntemi ile bir analiz. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(4), 721-748.
- Gereffi, G., Humphrey, J. & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), 78-104.

- Gökçalp, F., & Akgün, G. (2010). Küresel ekonomiye katılım sürecinde Türkiye’de üretimin uluslararasılaşması: Dikey uzmanlaşma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(1), 47-62.
- Gündoğdu, C., & Saracoğlu, D. Ş. (2016). Participation of Turkey in global value chains: An analysis based on world Input Output database. *Economic Research Center*.
- Gündoğdu, C. (2015). Domestic content of exports and the vertical specialization: An analysis for Turkish export, 1995-2011, (Master's thesis). Middle East Technical University, Ankara.
- Güngör, K. (2019). *Türkiye'nin dış ticaretinde dikey uzmanlaşma*. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Y. Lisans Tezi, Ankara.
- Gür, N., Sadık, Ü. Ve Şerif, D. (2018). *Sanayiye yeniden düşünmek*. İstanbul: SETA yayınları
- Hummels, D., Ishii, J., & Yi, K. M. (2001). The nature and growth of vertical specialization in world trade. *Journal of International Economics*, 54, 75–96.
- Leontief, W. (1936). Quantitative input and output relations in the economic systems of the United States. *The Review of Economics and Statistics*, 18(3), 105-125.
- Leontief, W. (1986). *Input-Output economics* (Second Edition). New York: Oxford University Press.
- Nas, Ş. (2021). Türkiye ekonomisinde sektörel üretimin ithal ara girdi bağımlılığı. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 22-38.
- Rodrik, D. (2016). Premature deindustrialization. *Journal of Economic Growth*, 21(1), 1-33.
- Tok, E. Ö., & Sevinç, O. (2019). Üretimin ithal girdi yoğunluğu: Girdi-Çıktı analizi. Research and Monetary Policy Department, Central Bank of the Republic of Turkey.
- Ünal, E. (2020). Import dependency on intermediate goods in Turkey: An Input-Output analysis. *Verimlilik Dergisi*, (4), 203-221.
- WTO (2021). Global value chain development report, 2021.
- World Bank (2022). Leveraging global value chains for growth in Turkey. The World Bank Report.
- Yılmaz, B. (2019). *Dikey uzmanlaşma ve istihdam ilişkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Yülek, M., Yağmur, M. (2019). Uluslararası tecrübeler ışığında Türkiye için sanayi politikaları. *İTÜ Vakfı Dergisi Dergisi*, Sayı: 82 Ocak-Nisan 2019, 36-41.
- Yülek, M. (2019). Ulusların yükselişi, imalat, ticaret, sanayi politikası ve ekonomik kalkınma. Kronik Yayınları, 2019.

Yükseler, Z., Türkan, E. (2008). *Türkiye'nin üretim ve dış ticaret yapısında dönüşüm: Küresel yönelimler ve yansımalar*. TCMB-TÜSİAD-EAF ortak yayını, No: TÜSİAD-T/2008-02/453, İstanbul.

Zhang, X., & Sun, J. (2007). An analysis of China's global industrial competitive strength based on vertical specialization. *Frontiers of Economics in China*, 2(1), 57-73.

Elektronik Kaynaklar;

TÜİK Dış Ticaret Verileri, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>, erişim tarihi: 05,07, 2022.

TÜİK Ulusal Hesaplar, Girdi-Çıktı Tabloları, 1998-2002-2012, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=ulusal-hesaplar-113>, erişim 05.07.2022

WIOD 2016 release, <https://www.rug.nl/ggdc/valuechain/wiod/wiod-2016-release?lang=en> erişim tarihi: 04,07,2022.

World Bank, <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=TR> erişim tarihi: 04,07,2022.

Sanayi Bakanlığı, <https://www.sanayi.gov.tr/istatistikler/yatirim-istatistikleri/mi1304021615> erişim tarihi; 06,11,2022.

Geliş Tarihi:

02.09.2022

Kabul Tarihi:

30.11.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Terzi, S., & Kıymetli Şen, İ. (2022). Gerçeğe uygun değer ölçümüne ilişkin açıklamaların denetim ücretine etkisi: Borsa İstanbul örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1389-1404. doi: 10.46928/iticusbe.1170118


GERÇEĞE UYGUN DEĞER ÖLÇÜMÜNE İLİŞKİN AÇIKLAMALARIN DENETİM ÜCRETİNE ETKİSİ: BORSA İSTANBUL ÖRNEĞİ

Araştırma

Serkan Terzi  

Çankırı Karatekin Üniversitesi

serkanterzi@karatekin.edu.tr

İlker Kıymetli Şen,  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Üniversitesi

ilksen@ticaret.edu.tr

Serkan Terzi, Çankırı Karatekin Üniversitesinde Muhasebe Doçentidir. Hile denetimi, mali denetim, finansal raporlama, kurumsal yönetim ve finansal başarısızlık alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

İlker Kıymetli Şen, İstanbul Ticaret Üniversitesinde Muhasebe Profesörüdür. Uluslararası finansal raporlama standartları, konsolide finansal raporlama, ileri finansal raporlama, maliyet ve yönetim muhasebesi alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

GERÇEĞE UYGUN DEĞER ÖLÇÜMÜNE İLİŞKİN AÇIKLAMALARIN DENETİM ÜCRETİNE ETKİSİ: BORSA İSTANBUL ÖRNEĞİ

Serkan Terzi
serkanterzi@karatekin.edu.tr
İlker Kıymetli Şen
ilksen@ticaret.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı, gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Bu amaçla Borsa İstanbul'da işlem gören 243 şirket üzerinde araştırma yapılmıştır.

Yaklaşım: Çalışmada çoklu regresyon analizi kullanılmıştır.

Bulgular: Çalışmanın sonucunda, seviye 2 ve 3 girdileriyle ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasında anlamlı ve negatif ilişki tespit edilmiştir. Bunun yanında şirket büyüklüğü, yapısal risk ve dört büyük denetim firması ile denetim ücreti arasında anlamlı ve pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Özgünlük: Literatürde yapılan çalışmalar içinde gerçeğe uygun değer ölçümüne ilişkin açıklamalar ile denetim ücreti arasındaki ilişkinin incelendiği ampirik çalışmalar bulunmaktadır ancak Türkiye'de buna yönelik bir ampirik çalışma bulunmamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gerçeğe Uygun Değer, Denetim Ücreti, Borsa İstanbul

JEL Sınıflandırması: M41

THE IMPACT OF DISCLOSURES OF FAIR VALUE MEASUREMENT ON AUDIT FEES: EVIDENCE FROM BORSA ISTANBUL

Abstract

Purpose: The purpose of this study is to investigate the relationship between assets measured at fair value and audit fees. For this purpose, this study was conducted on 243 companies traded in Borsa Istanbul.

Approach: Multiple regression analysis was used in the study.

Findings: As a result of the study, a significant and negative relationship was determined between the assets measured with level 2 and 3 inputs and audit fees. In addition, a significant and positive relationship was determined between company size, structural risk, big four audit firms and audit fees.

Originality: Among the studies in the literature, there are empirical studies examining the relationship between the fair value measurement explanations and the audit fee, but there is no empirical study on this in Turkey.

Keywords: Fair Value, Audit Fee, Borsa Istanbul

JEL Classification: M41

GİRİŞ

Denetim ücreti, denetim faaliyetini yürüten denetçiye ödenen hizmet bedelidir. Diğer bir ifadeyle sunulan denetim hizmetinin fiyatlandırılmasıdır (Liu, 2017: 52). Ekonomik teori açısından denetim ücreti, denetim maliyetlerini de içermektedir. Denetim ücretinin belirlenmesinde önemli bir unsur olan maliyet etkenleri, operasyonlardaki ve müşterilerin varlık ve yükümlülükleriyle ilgili farklılıkları yansıtmakta olup, faaliyette bulunulan sektörlere göre de değişkenlik göstermektedir (Ettredge vd. 2014: 34). Bu açıdan denetim ücreti, denetim hizmeti verilen şirketle denetçi arasındaki ekonomik bağlantıyı temsil etmekte ve denetim faaliyeti başlamadan önce şirketle denetçi arasında karşılıklı anlaşma usulüyle belirlenmektedir (Türel vd., 2022: 46).

Simunic (1980) tarafından yapılan çalışmada denetim ücreti, denetim çalışmalarını ve gelecekteki olası riskleri (örneğin yaptırımlar, davalar, itibar kaybı, finansal maliyetler) karşılamak için risk priminin bir fonksiyonu olarak açıklanmaktadır. Erickson vd. (2016) ve Simunic (1980) tarafından yapılan çalışmalarda, denetçilerin denetim çabalarının/çalışma performanslarının artması ve denetim riskinin yüksek olması durumunda denetim ücretiyle ilgili pazarlık yapılarak telafi yoluna gidildiği ifade edilmiştir.

Gerçeğe uygun değer açıklamaları ve ölçümüyle ilgili çalışmalarda şirket yönetiminin takdir yetkisinin olması nedeniyle de denetçinin riski artmaktadır. Bu riskin makul seviyeye çekilebilmesi için denetçi, denetim kapsamını zaman ve prosedür bazında artırma yoluna gitmektedir (Chen vd. 2019: 4). Ayrıca gerçeğe uygun değer ölçümünün karmaşık tahminler içermesi, şirket yönetiminin yargısını ihtiva etmesi nedeniyle yüksek kaliteli denetim çalışması ihtiyacının ön plana çıkmasına neden olmaktadır (Alharasis vd. 2021: 70). Denetim çalışmaları üzerinde ortaya çıkan bu baskı ise denetimin fiyatlandırılmasına da etki etmektedir.

Bu çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin finansal tabloları ve dipnotlarında varlıklarla ilgili gerçeğe uygun değer ölçümüne ilişkin yaptıkları açıklamalar ile denetim ücreti arasındaki ilişki incelenmiştir.

Literatürde yapılan çalışmalar içinde gerçeğe uygun değer ölçümüne ilişkin açıklamalar ile denetim ücreti arasındaki ilişkinin incelendiği ampirik çalışmalar olmakla birlikte, Türkiye'de buna yönelik bir ampirik çalışma bulunmamaktadır. Bu yönüyle bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

YASAL DÜZENLEMELER

Dünya'da yaşanan finansal krizlerin etkisiyle birlikte gerçeğe uygun değer muhasebesiyle ilgili düzenlemelerin önemi artmıştır. Nitekim finansal krizin bir nedeni olarak aktif piyasası olmayan varlıkların gerçeğe uygun değerinin ölçümü gösterilmektedir (Terzi ve Kıymetli Şen, 2010: 8). Bu nedenle çeşitli düzenleyici kuruluşlar tarafından gerçeğe uygun değer ölçümü ve dipnot açıklamalarına yönelik çeşitli düzenlemeler yayınlamıştır. Gerçeğe uygun değer ölçümüne yönelik

ön plana çıkan iki düzenleme bulunmaktadır. Bunların ilki Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB) tarafından 2011 yılında yayınlanan IFRS 13 “Gerçeğe Uygun Değer Ölçümü”ne yönelik standarttır. Diğeri ise FASB tarafından 2006 yılında yayınlanan SFAS 157 “Gerçeğe Uygun Değer Ölçümleri” standardıdır. Türkiye’de IASB ile yapılan anlaşma gereğince IFRS 13 Türkçe’ye çevrilerek TFRS 13 olarak 2019 yılında yayınlamıştır.

IFRS 13’ten önce IASB tarafından finansal araçlarla ilgili gerçeğe uygun değer ölçümüne ilişkin olarak 2005 yılında IAS 39 “Finansal Araçlar: Muhasebeleştirme ve Ölçme” standardı ile 2007 yılında IFRS 7 “Finansal Araçlar: Açıklamalar” standartları yayınlanmıştır. Bunun yanında IAS 40 “Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller” ile IAS 41 “Tarımsal Faaliyetler” standartlarında gayrimenkul ve tarımsal faaliyetlerle ilgili varlıkların gerçeğe uygun değerlerine ilişkin yapılması gereken açıklamalar yer almaktadır.

IFRS 7’de 2009 yılında yapılan geliştirmeyle birlikte şirketlerin gerçeğe uygun değer ölçümlerine yönelik dipnotlarda ayrıntılı (seviye 1, seviye 2 ve seviye 3 düzeyinde) açıklama yapma şartları getirilmiştir. Bu standart ile gerçeğe uygun değere ilişkin açıklamaların 3 seviyeli hiyerarşi dikkate alınarak yapılması zorunludur. 2013 yılının başından itibaren de IFRS 13 standardının uygulanmasına başlanmıştır. IFRS 7’ye kıyasla IFRS 13, gerçeğe uygun değer hiyerarşisine yönelik daha ayrıntılı açıklama zorunlulukları getirmiştir. Benzer şekilde SFAS 157’deki gerçeğe uygun değer hiyerarşisi ve kavramı IFRS 13 ile benzerdir (Alexeyeva ve Mejia-Likosova, 2016: 257).

Uluslararası Muhasebe Standartlarında gerçeğe uygun değer kavramı ilk olarak 1982 yılında yayınlanmış olan IAS 20 “Devlet Teşvikleri ve Yardımları” standardında yer almıştır. Günümüzde ise IFRS 13 ile gerçeğe uygun değer ölçümünde üç seviyeli bir hiyerarşi esas alınmıştır. Yapılacak olan dipnot açıklamaları da bu hiyerarşiye göre yapılmalıdır. IFRS 13’te gerçeğe uygun değer hiyerarşisi şu şekildedir (Parlakkaya ve Çetin, 2010: 79):

- Seviye 1: Piyasa fiyatı ile ölçüm (Örneğin Borsa İstanbul’da işlem gören şirketlerin hisse fiyatları)
- Seviye 2: Piyasa fiyatlarına ulaşılamaması halinde benzer varlıkların piyasa fiyatlarının esas alınarak ölçümü (Örneğin aktif bir piyasada işlem görmeyen finansal varlıklar için emsal olacak bir endeks fiyatı)
- Seviye 3: Piyasa fiyatının gözlemlenebilir olmaması halinde değerlendirme yöntemleri kullanılarak ölçüm (Örneğin indirgenmiş nakit akımları yöntemi)

Gerçeğe uygun değer hiyerarşisinde Seviye 1 girdileri gözlemlenebilir nitelikte olup, Seviye 2 ve 3 girdileri doğrudan gözlemlenebilir özellikte değildir. Özellikle de seviye 3 girdileri çeşitli tahmin ve varsayımlara dayandığından sübjektifliği de beraberinde getirmektedir. Bu durum da gerçeğe uygun değerlerin tespitine yönelik karmaşıklığın ve risk düzeyinin yükselmesine neden olmaktadır. Seviye 2 ve seviye 3 girdileri açısından en büyük risk, seviye 3 düzeyinde girdilerle yapılan gerçeğe uygun

değer tahmininde ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi ise, seviye 3 düzeyindeki girdilerin gözlemlenebilir olmaması ve çok sayıda tahmin ve varsayım içermesidir (Song vd., 2010: 1379).

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI VE HİPOTEZ GELİŞTİRME

Seviye 2 ve 3 düzeyindeki girdilere bağlı olarak yapılacak gerçeğe uygun değer tespiti, çeşitli tahmin ve varsayımlar içerdiğinden denetim açısından da daha kapsamlı prosedürlerin uygulanmasına (Bell ve Griffin, 2012: 153), bu durum da denetimin maliyetinin artmasına neden olacaktır. Diğer bir ifadeyle yüksek düzeyde belirsizlik içeren seviye 2 ve/veya seviye 3'e göre yapılacak gerçeğe uygun değer tespiti daha fazla denetim çalışması ve performansı gerektirecektir. Çünkü yüksek düzeydeki belirsizlik, denetimde hata olasılığını ve buna bağlı olarak da dava riskini artıracaktır. Daha yüksek dava riski ise, daha yüksek denetim ücretini beraberinde getirecektir (Alexeyeva ve Mejia-Likosova, 2016: 255; Alharasis vd. 2021: 78).

Literatürdeki bazı çalışmalarda (Bell ve Griffin, 2012; Christensen vd., 2012), gerçeğe uygun değer ölçümünün denetim sürecinin karmaşıklığını önemli ölçüde etkileyeceği ileri sürülmektedir. Nitekim Cannon ve Bedard (2017) yaptıkları çalışmada gerçeğe uygun değer ölçümünün yüksek düzeyde tahmin/varsayım içermesi ve nesnellikten uzak olması nedeniyle yapısal riskin yükseldiğini ve buna bağlı olarak da gerçeğe uygun değer ölçümüne yönelik denetim endişelerinin arttığını ifade etmektedir. Ayrıca Cannon ve Bedard (2017) ve Sapkauskiene ve Orlovskij (2017) tarafından yapılan çalışmalarda gerçeğe uygun değerle ilgili takdir yetkisinin, ölçüme esas verilerin ve değerlerin güvenilirliğine ilişkin sorunlara neden olacağı, bu durumun da denetim hizmetinin maliyetine ve fiyatlandırılmasına etki edeceği belirtilmektedir.

Literatürde denetim ücreti ile gerçeğe uygun değer ölçümü arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı çalışmalar (Ettredge vd., 2014; Goncharov vd. 2014; Yao vd. 2015; Alexeyeva ve Mejia-Likosova, 2016; Hong ve Hwang, 2018; Miah, 2019; Sangchan vd. 2020; Qingyu, 2020; Alharasis vd. 2021; Alqatamin ve Ezeani, 2021; Bastos vd., 2021; Mehnaz vd., 2022) bulunmaktadır.

Ettredge vd. (2014), Amerika'da 2008-2011 döneminde borsada işlem gören bankaların verileri üzerinden gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada seviye 2 ve 3 düzeyinde girdiler kullanılarak ölçülen varlıklarla denetim ücreti arasında pozitif ilişki tespit edilirken, seviye 1 ile anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ayrıca seviye 3 düzeyindeki girdilerle ölçülen finansal varlıkların seviye 1 ve 2'yle kıyaslandığında denetim ücretiyle daha yüksek düzeyde ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıkların denetim çalışmasını ve performansını artırdığı ifade edilmiştir.

Goncharov vd. (2014), Avrupa'da 2001-2008 döneminde işlem gören gayrimenkul şirketleri üzerinde gerçeğe uygun değer ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada, ortalamanın üzerinde gerçeğe uygun değerle ölçülen

varlıklara sahip şirketler için denetim ücretinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun denetim çalışması ve risk düzeyi ile ilgili olduğu ifade edilmiştir. Bunun yanında seviye 2 ve 3 düzeyinde ölçülen gerçeğe uygun değerlerde karmaşıklık ve risk düzeyine bağlı olarak denetim ücretinde de bir artış olduğu tespit edilmiştir.

Yao vd. (2015), Avustralya'da 2001-2008 döneminde işlem gören şirketler üzerinde yeniden değerlendirilmiş duran varlıklar ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada finansal olmayan varlıkların (maddi duran varlıklar, yatırım amaçlı gayrimenkuller ve maddi olmayan duran varlıklar) gerçeğe uygun değerleriyle ölçülmesi durumunda denetim ücretinde önemli bir artış olduğu tespit edilmiştir.

Alexeyeva ve Mejia-Likosova (2016), Avrupa ülkelerinde 2008-2013 döneminde işlem gören bankalar üzerinde gerçeğe uygun değer ölçümü ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada yüksek belirsizliğe sahip gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıkların denetim ücretiyle pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca karmaşık tahminlerin daha fazla denetim çabasına neden olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte yapılan çalışmada, seviye 3 düzeyinde girdiler kullanılarak ölçülen gerçeğe uygun değer ile denetim ücreti arasında pozitif ilişki tespit edilirken, seviye 1 ve 2 düzeyinde girdilerle ölçülen gerçeğe uygun değer ile denetim ücreti arasında ilişki tespit edilmemiştir. Ancak seviye 2 ve 3'e göre yapılan toplam gerçeğe uygun değer ile denetim ücreti arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Hong ve Hwang (2018), Amerika'da 2009-2010 döneminde borsada işlem gören şirketlerin verileri üzerinden emeklilik varlıklarının gerçeğe uygun değerleri ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada seviye 1, 2 ve 3 düzeyinde girdiler kullanılarak ölçülen emeklilik plan varlıkları ile denetim ücreti arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Bunlar içinde seviye 3 girdileri ile denetim ücreti arasında daha yüksek düzeyde ilişki bulunmuştur.

Miah (2019), Amerika'da 2004-2011 döneminde gerçeğe uygun değer ölçümünden kaynaklanan karmaşıklığın denetim ücreti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışma denetçilerin, gerçeğe uygun değer ölçümü nedeniyle daha yüksek düzeyde riske ve karmaşıklığa maruz kalan şirketler için daha yüksek denetim ücreti talep ettiğini ortaya koymaktadır.

Sangchan vd. (2020), Avustralya'da 2007-2015 döneminde gayrimenkul şirketleri üzerinde denetim ücreti ile gerçeğe uygun değer açıklamaları ve yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değerindeki değişiklikler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada denetim ücreti ile gerçeğe uygun değer açıklamaları arasında pozitif

bir ilişki bulunurken, yatırım amaçlı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değerindeki değişiklikler arasında negatif bir ilişki bulunmuştur.

Qingyu (2020), Çin'de 2007-2016 döneminde gerçeğe uygun değerle ölçülen varlık ve yükümlülüklerin denetim ücreti ile ilişkisini incelemiştir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada gerçeğe uygun değerle ölçülen varlık ve yükümlülüklerin denetim ücreti ile önemli ölçüde pozitif ilişkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca denetim ücreti ile seviye 2 veya 3 girdileri aracılığıyla elde edilen gerçeğe uygun değer arasındaki pozitif ilişkinin, seviye 1'e göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Alharasis vd. (2021), Ürdün'de 2005-2018 döneminde, gerçeğe uygun değer muhasebesinin yürürlüğe girmesiyle birlikte, şirketlerin finansal tablo dipnotlarında yer alan finansal açıklamalar için güvence sağlayan denetçiler tarafından alınan denetim ücreti ile olan ilişkiyi ve sektörel farklılıkları incelemiştir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada finans sektörü ve finans dışı sektörde gerçeğe uygun değer muhasebesi uygulaması ile denetim ücreti arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca seviye 3 girdileriyle yapılan ölçüm ile denetim ücreti arasında ilişki tespit edilmemiştir.

Alqatamin ve Ezeani (2021), Amman'da 2005-2018 döneminde borsada işlem gören şirketler üzerinde gerçeğe uygun değer tahmini ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada denetim ücreti ile gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Buna bağlı olarak denetçilerin karmaşık tahminler için daha fazla çaba sarf ettiğinden denetim ücretinin de arttığı ifade edilmiştir. Ayrıca seviye 3 girdileriyle ölçülen gerçeğe uygun değerlerin seviye 1 ve 2'yle kıyaslandığında denetim ücretiyle daha yüksek ilişki içinde olduğu belirlenmiştir.

Bastos vd. (2021), Brezilya'da 2010-2016 döneminde IFRS 13'ün uygulanmasından önceki ve sonraki dönemler için gerçeğe uygun değerle yapılan ölçüm ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada gerçeğe uygun değer ölçümünde kullanılan tahmin/varsayımlardan dolayı ortaya çıkan risk ve karmaşıklığın denetçi için daha fazla çaba kullanılmasına neden olduğu ve buna bağlı olarak da denetçi tarafından ortaya çıkan bu risk için ilave bir risk priminin talep edilmesine neden olduğu tespit edilmiştir. IFRS 13'ün uygulanmasının denetim ücreti üzerinde etkisi olmadığı belirlenmiştir.

Mehnaz vd. (2022), Avustralya'da 2018-2020 döneminde gerçeğe uygun değer tahminleri ile denetim ücreti arasındaki ilişkiyi ve COVID pandemisinin etkisini araştırmışlardır. Çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada pandemi döneminde yapılan açıklamaların denetim ücreti

üzerinde etkisi bulunmamasına karşın, ek açıklamalar ile denetim ücreti arasında negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıda yapılan açıklamalara bağlı olarak gerçeğe uygun değer ölçümünün denetim ücreti üzerine olan etkisiyle ilgili aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Seviye 1 girdileriyle ölçülen gerçeğe uygun değer ile denetim ücreti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Seviye 2 veya 3 girdileriyle ölçülen gerçeğe uygun değer ile denetim ücreti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

ARAŞTIRMA VERİSİ VE METODOLOJİ

Örnekleme ve Veri Seti Seçimi

Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından 2021 yılında yayınlanan düzenleme ile bağımsız denetim ücretlerinin 01 Ocak 2021 tarihinden itibaren finansal tablo dipnotlarında açıklanmasını zorunlu hale getirmiştir. Buna bağlı olarak Türkiye’de denetim ücretleri ilk kez 31 Aralık 2021 tarihli finansal tablo ve dipnotlarında karşılaştırmalı olarak (2020 ve 2021 yılları için) açıklanmıştır.

Bu çalışmada kullanılan veriler, 2020-2021 döneminde Borsa İstanbul’da işlem gören şirketlerin yıllık faaliyet ve finansal raporlarından toplanmıştır. Bu amaçla Kamuyu Aydınlatma Platformu ve şirketlerin web adresleri kullanılarak veriler temin edilmiştir. Çalışmaya dahil edilen şirketler ve gözlemlere ilişkin açıklama Tablo 1’de sunulmuştur:

Tablo 1. Örnekleme ve Veri Seti

	Şirketler	Gözlem
Borsa İstanbul’da kote şirket sayısı*	363	
Eksi: Mali kuruluşlar**	(78)	
	285	570
Eksi: Denetim ücretini raporlamayanlar***	(40)	(80)
Eksi: Gerçeğe uygun değer ölçümlerine ilişkin bilgi temin edilemeyenler	(2)	(4)
	243	486

* 2020 ve 2021 yıllarında kesintisiz işlem görenler (<https://www.kap.org.tr> web adresinde yer alan “BIST Şirketleri” listesi)

** Yatırım holdingleri, yatırım ortaklıkları ve diğer

*** 2020 ve 2021 yıllarından biri veya her iki dönemi için denetim ücreti bilgisi yayınlamayan şirketler

Araştırmanın Tasarımı ve Değişkenler

Analize dahil edilen şirketlerin finansal tablo ve dipnotlarıyla faaliyet raporlarından IFRS 13 kapsamında gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklara ilişkin bilgi temin edilmiştir. Analize dahil edilen şirketlerin gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar ve açıklamalar için kullanılan standartlar şunlardır:

- IFRS 7 “Finansal Araçlar: Açıklamalar” kapsamında finansal araçlar
- IFRS 9 “Finansal Araçlar” kapsamında finansal araçlar (türev ürünler dahil)
- IAS 40 “Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller” kapsamında gerçeğe uygun değer ile ölçülen gayrimenkuller
- IAS 41 “Tarımsal Faaliyetler” kapsamında gerçeğe uygun değer ile ölçülen canlı varlıklar

Bağımlı değişken LNFEED, denetim ücretlerinin doğal logaritmasıdır. Denetim ücreti çalışmamızda bağımlı değişken olarak kullanılmıştır ve Türk Lirası cinsinden denetim ücretlerinin doğal logaritması olarak ölçülmüştür. Çalışmada kullanılan test ve kontrol değişkenleri Tablo 2’de sunulmuştur:

Tablo 2. Test ve Kontrol Değişkenleri

	Simge	Açıklama	Literatür
Test değişkenleri			
Seviye 1 düzeyinde gerçeğe uygun değer	1 FVTA1	Seviye 1 ile ölçülen varlıkların toplam varlıklara oranı	Alexeyeva ve Mejia-Likosova (2016); Alharasis vd (2021); Alqatamin ve Ezeani (2021); Bastos vd (2021); Ettredge vd (2014); Goncharov vd (2014); Mehnaz vd (2022); Sangchan vd (2020); Qingyu (2020)
Seviye 2 ve 3 düzeyinde gerçeğe uygun değer	2 ve 3 FVTA2_3	Seviye 2 ve 3 ile ölçülen varlıkların toplam varlıklara oranı	Alexeyeva ve Mejia-Likosova (2016); Alharasis vd (2021); Alqatamin ve Ezeani (2021); Bastos vd (2021); Ettredge vd (2014); Goncharov vd (2014); Mehnaz vd (2022); Sangchan vd (2020); Qingyu (2020)
Kontrol değişkenleri			
Şirket risk düzeyi	LEV	Toplam borçların toplam aktife oranı	Alharasis vd (2021); Alqatamin ve Ezeani (2021); Chen vd (2019); Goncharov vd (2014); Hong ve Hwang (2018); Mehnaz vd (2022); Miah (2019); Yao vd (2015)
Aktif karlılık oranı	ROA	Dönem net karının ortalama toplam aktife oranı	Alharasis vd (2021); Bastos vd (2021); Chen vd (2019); Goncharov vd (2014); Hong ve Hwang (2018); Mehnaz vd (2022); Miah (2019)
Şirket büyüklüğü	LNTA	Toplam aktifin doğal logaritması	Alexeyeva ve Mejia-Likosova (2016); Alharasis vd (2021); Alqatamin ve Ezeani (2021); Bastos vd (2021); Chen vd (2019); Ettredge vd (2014); Goncharov vd (2014); Hong ve Hwang (2018); Mehnaz vd (2022); Miah (2019); Sangchan vd (2020); Yao vd (2015)
Yapısal risk	INAR	Ticari alacak ve stokların toplam aktife oranı	Yao vd (2015); Sangchan vd (2020); Miah (2019); Hong ve Hwang (2018); Goncharov vd (2014); Chen vd (2019)
Hisse fiyatındaki değişim	VOLAT	Hisse fiyatının standart sapmasının doğal logaritması	Goncharov vd (2014); Mehnaz vd (2022)
Denetçi türü	BIG4	Kukla değişken (1: Dört Büyük, 0: Diğer)	Alexeyeva ve Mejia-Likosova (2016); Alharasis vd (2021); Alqatamin ve Ezeani (2021); Chen vd (2019); Ettredge vd (2014); Goncharov vd (2014); Mehnaz vd (2022); Miah (2019); Sangchan vd (2020); Yao vd (2015)
Dönem zararı	LOSS	Kukla değişken (1: Zarar, 0: Kar)	Alexeyeva ve Mejia-Likosova (2016); Alharasis vd (2021); Alqatamin ve Ezeani (2021); Bastos vd (2021); Chen vd (2019); Ettredge vd (2014); Goncharov vd (2014); Hong ve Hwang (2018)
Denetçi değişimi	CHAN	Kukla değişken (1: Değişim Var, 0: Yok)	Alharasis vd (2021); Bastos vd (2021); Hong ve Hwang (2018)
Denetçi görüşü	OPIN	Kukla değişken (1: Olumlu Görüş, 0: Diğer)	Alharasis vd (2021); Chen vd (2019); Goncharov vd (2014); Hong ve Hwang (2018); Mehnaz vd (2022); Miah (2019)

Denetim ücreti ile gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklarla ilgili açıklamalar arasındaki ilişkinin testine yönelik oluşturulan ampirik model aşağıda sunulmuştur:

$$\text{LNFEED} = \beta_0 + \beta_1 \text{FVTA1} + \beta_2 \text{FVTA2_3} + \beta_3 \text{LEV} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{LNTA} + \beta_6 \text{INAR} + \beta_7 \text{VOLAT} + \beta_8 \text{BIG4} + \beta_9 \text{LOSS} + \beta_{10} \text{CHAN} + \beta_{11} \text{OPIN} + \varepsilon$$

Araştırma için toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Regresyon analizinden önce veri seti içinde uç değer olup olmadığı Standardize Edilmiş Kalıntı (Standardized Residual) değer (-3,29 ile +3,29 arası olması) ve Cook's Distance değer (<1) dikkate alınarak tespit edilmiştir (Terzi vd., 2022: 109). Analize dahil edilen gözlemler içinde uç değer olmadığı tespit edilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Tanımlayıcı Bilgiler

Tablo 3'de çalışmanın modelinde kullanılan tüm değişkenlerin tanımlayıcı istatistik bilgileri sunulmaktadır. Denetim ücretinin doğal logaritmasının (LNFEED) ortalaması 12,22; seviye 1 girdileriyle ölçülen (FVTA1) varlıkların ortalaması 0,02; seviye 2 ve 3 ile ölçülen (FVTA2_3) varlıkların ortalaması 0,15'tir.

Tablo 3. Değişkenlere Yönelik Tanımlayıcı Bilgiler

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
LNFEED	9,95	17,26	12,22	1,39
FVTA1	0,00	0,76	0,02	0,07
FVTA2_3	0,00	3,08	0,15	0,31
LEV	0,01	1,46	0,54	0,25
ROA	-0,78	0,72	0,08	0,14
LNTA	15,43	27,65	20,85	2,07
INAR	0,00	0,90	0,32	0,22
VOLAT	-4,95	8,41	0,56	1,70
BIG4	0	1	0,51	0,50
LOSS	0	1	0,20	0,40
CHANG	0	1	0,78	0,42
OPIN	0	1	0,92	0,28

Korelasyon Analizi Bulguları

Tablo 4'te regresyon analizinde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayıları ve VIF değerleri yer almaktadır. Terzi vd. (2016: 527) yaptıkları çalışmada değişkenler arasında %90'ın üstünde veya Terzi vd. (2022: 109) tarafından yapılan çalışmada VIF değerinin 10'un üzerinde olması halinde çoklu bağlantı sorunu olacağı ifade edilmiştir. Yapılan çalışmada değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı veya VIF değerleri belirtilen değerlerin altında yer aldığından çoklu bağlantı sorunu olmadığı görülmüştür.

Tablo 4. Korelasyon ve VIF Değerleri

	VIF	LNFEED	FVTA1	FVTA2_3	LEV	ROA	LNTA	INAR	VOLAT	BIG4	LOSS	CHANG
FVTA1	1,070	0,018										
FVTA2_3	1,220	-0,154**	-0,024									
LEV	1,914	0,240**	-0,159**	-0,248**								
ROA	1,904	-0,049	0,093*	0,022	-0,500**							
LNTA	1,687	0,817**	0,018	-0,165**	0,299**	-0,026						
INAR	1,407	-0,131**	-0,171**	-0,329**	0,291**	0,019	-0,082					
VOLAT	1,086	-0,012	-0,027	-0,046	-0,031	0,073	-0,077	0,071				
BIG4	1,582	0,578**	-0,043	-0,040	0,256**	-0,067	0,546**	-0,042	0,112*			
LOSS	1,708	-0,043	-0,080	0,066	0,341**	-0,604**	-0,063	-0,135**	-0,085	0,010		
CHANG	1,065	0,075	0,062	0,065	-0,012	0,067	0,104*	-0,005	-0,143**	0,105*	0,007	
OPIN	1,073	0,092*	0,053	0,026	-0,051	0,074	0,107*	0,026	-0,017	0,201**	-0,055	0,094*

* %1 düzeyinde anlamlı, ** %5 düzeyinde anlamlı

Bu katsayılara göre denetim ücreti ile en yüksek ilişkinin, şirketlerin aktif büyüklüğü arasındaki pozitif korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında denetçinin dört büyük denetim firması olup olması ile denetim ücreti arasında da pozitif korelasyon olduğu görülmüştür.

Regresyon Analizi Bulguları

Tablo 5'te regresyon analizi bulguları yer almaktadır. Çalışmada oluşturulan modelin uyumu nispeten iyidir (düzeltilmiş R kare değeri 0,69). Bu da test değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücünü göstermektedir.

Tablo 5. Regresyon Bulguları

	katsayı (β)	t-değeri	p-değeri
Test değişkenleri			
FVTA1	-0,007	-0,061	0,951
FVTA2_3	-0,043	-2,115	0,035**
Kontrol değişkenleri			
LEV	-0,017	-0,662	0,508
ROA	-0,041	-1,161	0,246
LNTA	0,711	21,567	0,000*
INAR	-0,067	-2,755	0,006*
VOLAT	0,020	0,870	0,385
BIG4	0,189	6,125	0,000*
LOSS	-0,026	-0,703	0,483
CHANG	-0,008	-0,275	0,783
OPIN	-0,027	-0,643	0,521
Sabit	2,332	5,167	0,000*
F	100,607		0,000*
R	0,837		
R kare	0,700		
Düzeltilmiş R kare	0,693		
Durbin-Watson	1,902		

* %1 düzeyinde anlamlı, ** %5 düzeyinde anlamlı

Tablo 5 değerlerine göre çalışmanın iki hipotezinden ilki olan H1'in reddedildiği, H2'nin ise kabul edildiği tespit edilmiştir. Buna göre seviye 1 kullanılarak ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasında anlamlı ilişki tespit edilemezken, seviye 2 ve 3'le ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Seviye 2 ve 3'e göre ölçülen varlıkların denetim ücreti ile anlamlı ilişkisi literatürle uyumludur. Çalışmada seviye 2 ve 3'ün yönü negatif olarak bulunmuştur. Bunun anlamı ise; seviye 2 ve 3'e göre gerçeğe uygun değeri belirlenen varlıkların toplam aktif içindeki payının artması, denetim ücretini düşürmektedir. Türkiye'de gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar, toplam aktif içindeki payı açısından bakıldığında yatırım amaçlı gayrimenkullerden oluşmaktadır. Bu bulgunun, Goncharov vd. (2014) ve Mehnaz vd. (2022)'in bulguları ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Türkiye'de Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin gayrimenkullerinin gerçeğe uygun değerinin tespiti için Sermaye Piyasası Kurulu tarafından düzenleme yapılmıştır. Buna göre Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yetkilendirilmiş gayrimenkul değerlendirme uzmanları tarafından değerlendirme standartlarına uygun olarak değer tespitinin yapılması gerekmektedir. Bundan dolayı gayrimenkullerin gerçeğe uygun değerinin tespitinde uzman ve yetkili kişilerin kullanılması, gerçeğe uygun değerlerin içerdiği tahmin ve varsayımların denetiminde ortaya çıkan riski azalttığı söylenebilir.

Ayrıca kontrol değişkenlerinden şirket büyüklüğü (LNTA), yapısal risk (INAR) ve denetimi yürüten şirketin dört büyük denetim firması (BIG4) olup olması ile denetim ücreti arasında anlamlı ve pozitif ilişki tespit edilmiştir. Buna göre bu değişkenlerin artması halinde denetim ücreti de artmaktadır. Bu bulgular literatürle uyumludur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin finansal tablo açıklamalarında yer alan gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Bu amaçla Borsa İstanbul'da işlem gören ve verilerine ulaşılabilen 243 şirket analize dahil edilmiştir. Çalışmada gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıkların (seviye 1 ile seviye 2 ve 3) denetim ücreti arasındaki ilişkinin testi için çoklu regresyon analizi kullanılmıştır.

Türkiye'de gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklar ile denetim ücreti arasındaki ilişkinin tespitine yönelik ampirik çalışmanın olmaması, bu çalışmanın temel motivasyon kaynağıdır. Bunun en önemli nedeni Türkiye'de denetim ücretlerinin 31 Aralık 2021 tarihli finansal tablo dipnotlarında açıklanmaya başlamasıdır.

Bu çalışmada seviye 1 düzeyinde girdiler kullanılarak gerçeğe uygun değeri belirlenen varlıklar ile denetim ücreti arasında anlamlı ilişki tespit edilmezken, seviye 2 ve 3'le belirlenen varlıklar ile denetim ücreti arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca Türkiye'de halka açık şirketler üzerinde yapılan bu çalışmada, şirketlerin gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıklarının denetim ücreti ile negatif yönlü ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bu tespite göre gerçeğe uygun değerle ölçülen varlıkların payının artmasının denetim ücreti üzerinde azaltıcı etkisi olduğu görülmüştür. Bunun en

önemli nedeni ise, Türkiye'deki düzenleyici kuruluşların gayrimenkullere ilişkin gerçeğe uygun değer tespitinin yetkili ve lisanslı kişiler tarafından belirlenmesinin zorunlu hale getirilmesidir.

Yapılan bu çalışmada tespit edilen bulguların düzenleyici kuruluşlar, şirketler ve denetçiler için yararlı olacağı değerlendirilmektedir. Özellikle gerçeğe uygun değerle raporlama yapanların denetim ücretinin belirlenmesi konusunda rehberlik yapabileceği düşünülmektedir. Bunun yanında çalışma bulgularından denetim ücretinin belirleyicilerine ilişkin açıklamalar olduğundan, denetim ücretinin belirlenmesi konusunda da rehberlik yapabilecektir.

KAYNAKÇA

- Alexeyeva, I. ve Mejia-Likosova, M. (2016). The impact of fair value measurement on audit fees: Evidence from financial institutions in 24 European countries. *International Journal of Auditing*, 20, 255-266.
<https://doi.org/10.1111/ijau.12075>
- Alharasis, E.E., Clark, C. ve Prokofieva, M. (2021). External audit fees and fair value disclosures among Jordanian listed companies: Does the type of corporate industry matter?. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(2), 69-100.
<https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no2.3>
- Alqatamin, R.M. ve Ezeani, E. (2021). The impact of fair value estimates on audit fees: Evidence from the financial sector in Jordan. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 11(2), 176-193. <https://doi.org/10.1108/JAEE-09-2019-0184>
- Bastos, E.V.P., Holtz, L. ve Santos, O.M. (2021). Fair value measurement and its impact on audit fees: Evidence in the Brazilian market. *Revista Ambiente Contábil*, 13(2), 80-99.
<https://doi.org/10.21680/2176-9036.2021v13n2ID25719>
- Bell, T.B. ve Griffin, J.B. (2012). Commentary on auditing high-uncertainty fair value estimates. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 31(1), 147-155.
<https://doi.org/10.2308/ajpt-10172>
- Cannon, N. H. ve Bedard, J. C. (2017). Auditing challenging fair value measurements: Evidence from the field. *The Accounting Review*, 92(4), 81-114.
<https://doi.org/10.2308/accr-51569>
- Chen, V.Y.S., Keung, E.C. ve Lin, I.M. (2019). Disclosure of fair value measurement in goodwill impairment test and audit fees. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 15, 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2019.100160>
- Christensen, B.E., Glover, S.M. ve Wood, D.A. (2012). Extreme estimation uncertainty in fair value estimates: Implications for audit assurance. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 31(1), 127-146.
<https://doi.org/10.2308/ajpt-10191>
- Erickson, M.J., Goldman, N.C. ve Stekelberg, J. (2016). The cost of compliance: FIN 48 and audit fees. *The Journal of The American Taxation Association*, 38(2), 67-85.
<https://doi.org/10.2308/atax-51323>
- Ettredge, M.L., Xu, Y. ve Yi, H.S. (2014). Fair value measurements and audit fees: Evidence from the banking industry. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 33(3), 33-58.
<https://doi.org/10.2308/ajpt-50701>
- Goncharov, I., Riedl, E.J. ve Sellhorn, T. (2014). Fair value and audit fees. *Review of Accounting Studies*, 19, 210-241.
<https://doi.org/10.1007/s11142-013-9248-5>
- Honga, P.K. ve Hwang, S. (2018). Fair value disclosure of pension plan assets and audit fees. *Advances in Accounting*, 41, 88-96.
<https://doi.org/10.1016/j.adiac.2018.01.002>
- Lai, K.M.Y., Srinidhi, B., Gul, F.A. ve Tsui, J.S.L. (2017). Board gender diversity, auditor fees, and auditor choice. *Contemporary Accounting Research*, 34(3), 1681-1714.
<https://doi.org/10.1111/1911-3846.12313>
- Mehnaz, L., Rahman, A. ve Kabir, H. (2022). Relevance of supplementary fair value disclosures under market uncertainty: Effects on audit fees and investors' pricing. *Managerial Auditing Journal*, 37(7), 819-849.
<https://doi.org/10.1108/MAJ-07-2021-3263>

- Miah, M.S. (2019). Fair value, management discretion, and audit fees: An empirical analysis. *The Journal of Corporate Accounting & Finance*, 30, 82-91.
<https://doi.org/10.1002/jcaf.22385>
- Parlakkaya, R. ve Çetin, H. (2010). Gerçeğe uygun değer muhasebesi finansal krizlerin sebebi mi yoksa habercisi mi?. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 3(2), 75-86.
- Sangchan, P., Habib, A., Jiang, H. ve Bhuiyan, M.B.U. (2020). Fair value exposure, changes in fair value and audit fees: Evidence from the Australian real estate industry. *Australian Accounting Review*, 30(93), 123-143.
<https://doi.org/10.1111/auar.12299>
- Simunic, D.A. (1980). The pricing of audit services: Theory and evidence. *Journal of Accounting Research*, 18(1), 161-190.
<https://doi.org/10.2307/2490397>
- Song, C.J., Thomas, W.B. ve Yi, H. (2010). Value relevance of FAS No. 157 fair value hierarchy information and the impact of corporate governance mechanisms. *The Accounting Review*, 85(4), 1375-1410.
<https://doi.org/10.2308/accr.2010.85.4.1375>
- Sapkauskienė, A. ve Orlovskij, S. (2017). The usefulness of fair value estimates for financial decision making - a literature review. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 93(149), 163-173.
<http://dx.doi.org/10.5604/01.3001.0010.3195>
- Terzi, S., Atmaca, M. ve Öktem, B. (2016). İşletmenin sürekliliği varsayımının değerlendirilmesi: Borsa İstanbul (BİST) sınaî endeksi örneği, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45), 515-535. <https://doi.org/10.14783/od.v12i45.1000020024>
- Terzi, S. ve Kıymetli Şen, İ. (2010). Gerçeğe uygun değer muhasebesi ve finansal kriz, *Dayanışma Dergisi*, 110: 7-20.
- Terzi, S., Kıymetli Şen, İ. ve Özkan, Ö. (2022). Denetim kalitesi ile denetim ücreti arasındaki ilişki: Türkiye'ye ilişkin bulgular, *Mali Çözüm Dergisi*, 32(172), 103-116.
- Türel, A., Yılmaz, F. ve Özveren, C. (2022). Türkiye'de bağımsız denetim ücretlerinin analizi, *Mali Çözüm Dergisi*, 32(172), 45-82.
- Yao, D.F., Percy, M. ve Hu, F. (2015). Fair value accounting for non-current assets and audit fees: Evidence from Australian companies. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 11, 31-45.
<https://doi.org/10.1016/j.jcae.2014.12.003>
- Qingyu, Z. (2020). Fair value hierarchy and audit fees: an empirical analysis based on the listed banks in China. *E3S Web of Conferences*, 214, EBLDM 2020.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021402022>

Geliş Tarihi:

05.09.2022

Kabul Tarihi:

05.11.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Danışman, G Ö. (2022). Bank market power and risk during crises. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1405-1422. doi: 10.46928/iticusbe.1171085

BANK MARKET POWER AND RISK DURING CRISES

Research

Gamze Öztürk Danışman  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Kadir Has Üniversitesi

gamze.danisman@khas.edu.tr

Gamze Öztürk Danışman, Kadir Has Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalında Doktor Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları; bankacılık, banka istikrarı, bankacılıkta sürdürülebilirlik ve kurumsal finans üzerinedir.

BANK MARKET POWER AND RISK DURING CRISES

Gamze Öztürk Danışman
gamze.danisman@khas.edu.tr

Abstract:

Purpose: This paper investigates the influence of bank market power on risk during the Global Financial Crisis 2007/2009 (GFC).

Methodology: We use a sample of 6,090 private and listed US banks for 2007-2016 and perform our estimations using panel data techniques, together with bank-fixed effects.

Findings: The findings suggest that the crisis increases banks' default risk for banks with lower market power. Meanwhile, higher market power helps banks to remain stable during turbulent times and have lower default risk. Banks with more market power achieve this stability mainly because of lower leverage risk and lower portfolio risk. They managed to maintain a portfolio with higher and more stable earnings during the crisis. This paper supports the view that market power in banking is very vital, and competition is more harmful to stability during crisis periods.

Originality: This paper provides important implications for the banking industry during crises times. Policymaking in banking may specifically focus on improving bank market power but not maximizing competition between banks during crises.

Keywords: Bank risk, 2007-2009 global financial crisis, Lerner index, Market power

JEL Codes: G01, G20, G21

KRİZ ZAMANLARINDA BANKA PİYASA GÜCÜ VE RİSKİ

Özet:

Amaç: Bu makale, Küresel Finansal Kriz 2007/2009 (GFC) döneminde banka piyasa gücünün risk üzerindeki etkisini araştırmaktadır.

Metodoloji: 2007-2016 yılları için 6090 özel ve borsada işlem gören ABD bankasından oluşan bir örneklem kullanılmaktadır ve ampirik analiz banka sabit etkileri içeren panel veri teknikleri kullanarak gerçekleştirilmektedir.

Bulgular: Bulgular, krizin piyasa gücü düşük bankaların temerrüt riskini artırdığını göstermektedir. Ancak, yüksek piyasa gücüne sahip bankalar kriz sırasında istikrarlı kalır ve temerrüt riskleri daha düşüktür. Daha fazla piyasa gücüne sahip bankalar, kriz sırasında, esas olarak daha düşük kaldıraç riski ve ve daha düşük portföy riski yoluyla istikrarı sağlamaktadırlar. Bu bankalar kriz sırasında daha yüksek ve daha istikrarlı kazançlara sahip bir portföy sürdürmeyi başarmışlardır. Bu çalışma, bankacılıkta piyasa gücünün çok hayati olduğu ve kriz dönemlerinde rekabetin istikrar için daha zararlı olduğu görüşünü desteklemektedir.

Özgünlük: Bu makale, kriz zamanlarında bankacılık sektörü için önemli çıkarımlar sunmaktadır. Bankacılıkta politika yapıcılar, kriz zamanları sırasında bankalar arasındaki rekabeti maksimize etmeye değil, banka pazar gücünü geliştirmeye odaklanabilir.

Anahtar Kelimeler: Banka riski, 2007-2009 küresel finansal krizi, Lerner endeksi, Piyasa gücü

JEL Sınıflandırması: G01, G20, G21

INTRODUCTION

Due to its importance in the financial sector, the banking industry is prone to stiff regulations, supervision, and government intervention. It is broadly recognized that banking crises hurt economic growth. Any instability in the banking sector may spill over to the whole economy and eventually lead to recessions (Matutes & Vives, 2000; Allen & Gale, 2000; Carletti, 2008). The Global Financial Crisis 2007/2009 (GFC) overrode concerns regarding the risk-taking incentives of banks because many banks faced problems with decreased equity levels and too much reliance on short-term funding (Beltratti & Stulz, 2012; Barth, Caprio, & Levine, 2013). This paper focuses on how bank market power shapes bank risk during GFC.

The liberalization and deregulation process has heightened competition in banking. The traditional viewpoint states that higher competition (less market power) improves the efficiency of banking activities and borrowers' welfare. These can be accomplished by the fall in the margin of interest rates, improvements in funding, and investment prospects (Petersen and Rajan, 1995; Boyd & De Nicolò, 2005). However, starting with the influential work of Keeley (1990), another line of the literature contends that a rise in competition, i.e., the decrease in market power, results in a sharp decrease in profits. This might raise banks' risk-taking incentives, increasing the probability of bank failures (Suarez, 1994; Bolt & Tieman, 2004). The decrease in profits due to competition makes banks diversify from traditional banking activities into various activities (Vives, 2016). They expand into riskier lines of activities, which result in an increase in their probability of failures.

Other studies also argue that a definite level of bank market power is necessary to obtain efficient bank-firm relationships (Boot and Thakor, 2000; Claessens & Laeven, 2004). Since banks with higher market power have been documented to have better screening and monitoring capacity, stronger bank-firm relationships improve access to credit (Delis et al., 2017), induce higher profitability for borrowing firms, and protect against loan defaults, improving bank stability and performance.

Financial crisis times such as GFC bring an intense increase in information asymmetry (Flannery et al., 2013). During such times, banks experience an overall drop in funding, and they become more unwilling to lend due to the potential loan defaults, leading to a general decline in overall lending and profitability, and a rise in risk (Ivashina and Scharfstein, 2010; Cubillas and Suárez, 2018). At the same time, during crises, banks could behave irresponsibly, and moral hazard problems might increase (Brownbridge and Kirkpatrick, 1999; Hellman et al., 2000). This is because of the huge decline in capital levels and a rise in maturity mismatch, eroding the charter value and promoting risky behavior. Meanwhile, market power helps banks to enrich their access to finance and brings a greater capability to hedge themselves against loan defaults. Consequently, they are expected to face fewer moral hazard problems and better maintain their stability (Gambacorta & Marques-Ibanez, 2011; Fungáčová et al., 2014).

Previous empirical studies on market power and bank behavior generally focus on normal times and do not distinguish between normal and crisis times. Our study extends this literature and contributes to the very limited number of studies focusing on market power and bank behavior during crises (Soedarmono et al., 2013; Cubillas and Suarez, 2018). Soedarmono et al. (2013) find that, during crisis periods, market power in banking brings stability and contributes to reducing moral hazard in the banking industry. Cubillas and Suarez (2018) find that higher bank market power during the global financial crises encouraged a lesser decline in funds that are obtainable to lend, and market power reduces the adverse consequences on credit supply. In view of these literatures, we expect that *higher bank market power decreases bank risk during crises*. This is supporting the view that market power helps for better borrower screening and also monitoring abilities that let banks engage with good-quality firms during crisis times, thereby improving bank performance and decreasing loan defaults and bank risk (Petersen and Rajan; 1995; Cubillas and Suarez, 2018). Moreover, such banks with more market power have improved capabilities to hedge themselves against loan defaults. They face fewer moral hazard problems and better maintain their stability (Fungáčová et al., 2014).

We employ a sample of 6,090 private and listed US commercial banks for 2007-2016. We perform our empirical analysis using panel data estimation methods alongside bank fixed effects. Our findings indicate that the GFC negatively and significantly influences bank stability when banks' market power is lower. Meanwhile, higher market powered-banks have significantly less risk of default during the crisis. Decomposing the Z-score reveals that such banks have managed this mainly by having lower leverage and portfolio risks during turbulent times.

The paper is structured in five sections. Section 2 presents a summary of the related literature. Section 3 introduces Data and Methodology, Section 4 exhibits the results, and we conclude in Section 5.

LITERATURE

Banks perform unique maturity transformations in their balance sheets which make them more vulnerable to uncertainty (Matutes & Vives, 2000; Carletti, 2008). Since the characteristics of a bank's assets differ from its liabilities, banks take various risks through asset transformation (Bhattacharya & Thakor 1993). Excessive risk-taking on the asset side might induce instability. Though agency problems are apparent in all firms with leverage (Jensen & Meckling, 1976), banks face this problem more because their assets are opaque, and they are more exposed to resource misallocation. Moreover, bank debt is allocated amongst small depositors, inhibiting their active monitoring. Banks rely on limited liability and can participate in risky activities without easily being spotted (Matutes & Vives, 2000; Carletti, 2008).

The liberalization and deregulation developments in the last decades have heightened bank competition, decreasing individual banks' market power. While whether the competitive environment impacts bank

stability is ambiguous, most literature establishes the competition-fragility view, stating that competition boosts banks' incentives for risky behavior when their market power diminishes. The franchise value is the main argument and asserts that competition between banks induces lower market power and deteriorates stability by reducing the franchise/charter values (Suarez, 1994; Bolt & Tieman, 2004). Relationship banking constitutes another case in the competition-fragility view. Banks are likely to capture fewer informational rents in a competitive environment, lowering their screening quality on the borrowers, and they presume more significant risks (Boot & Greenbaum, 1993; Marquez, 2002).

Fewer studies support the "competition-stability" view, declaring that competition (a decrease in market power) reduces the propensity of excessive risk-taking, bringing a steady banking system. Boyd & De Nicolò (2005) found that when banking industries get concentrated and banks gain market power, they might be riskier. This is because, as competition declines, lower deposit rates are offered and higher loan rates are in place, increasing the likelihood of loan defaults and bringing instability.

Empirical studies investigating the association between market power and risk have similarly achieved mixed findings. Several studies confirm the competition-fragility hypothesis (Demsetz et al., 1996; Bofondi & Gobbi, 2004; Levy Yeyati & Micco, 2007). Nevertheless, supporting evidence for the competition-stability perspective are found by some other studies (Boyd et al., 2006; Schaeck et al., 2009).

An increase in information asymmetry characterizes financial crisis times, and banks experience an overall drop in funding. They are reluctant to lend due to the potential loan defaults, leading to a drop in profitability and a rise in their risk (Ivashina and Scharfstein, 2010; Cubillas and Suárez, 2018). Meanwhile, banks with high market power have better funding, and they can better protect themselves against loan defaults, leading them to maintain their stability in crisis (Gambacorta and Marques-Ibanez, 2011; Fungáčová et al., 2014). Given these considerations, we hypothesize that *higher bank market power decreases bank risk during crises*. This is in accordance with the understanding that market power brings improvements in screening functions and the ability to monitor borrowers which can help banks for better profitability and stability during crisis times (Petersen and Rajan; 1995; Boot and Thakor, 2000; Cubillas and Suarez, 2018).

DATA AND METHODOLOGY

Methodology

In this paper, to address how market power affects bank risk during crisis times, we use using Equation 1 below in our empirical analysis.

$$\begin{aligned}
\text{Bank Risk}_{ijt} = & \alpha + \beta_1 * \text{Market power}_{ijt-1} + \beta_2 * \text{Crisis}_{ijt-1} + \beta_3 * \text{Market power}_{ijt-1} * \\
& \text{Crisis}_{ijt-1} + \beta_4 * X_{ijt-1} + \beta_5 * Y_{jt-1} + \varepsilon_{ijt-1}
\end{aligned}
\tag{1}$$

We use a dummy variable Crisis, taking a value of 1 for 2007-2009 to consider GFC, 0 otherwise; its interaction with Market power is incorporated in the regression. The bank, country, and time are denoted by i, j, and t, respectively; X_{ijt-1} shows the bank controls, and Y_{ijt-1} includes country controls. The econometric model is estimated by panel data techniques and we incorporate bank fixed effects which is validated by the Hausman tests. Bank fixed effects control for bank heterogeneity. Robust standard errors are used when clustering. The first lags of the independent variables are applied to alleviate any potential reverse causality issues.

Data

Fitch Connect Database is the source of bank-level data in the empirical analysis. Country-level data is gathered from World Bank World Economic indicators. Following the literature, we conduct the subsequent filtration (Berger et al., 2009; Beck et al., 2013). Firstly, we include only consolidated data with loans and deposit data available. Secondly, we only include banks with data on total assets available for at least five consecutive years. All bank-level variables are winsorized at the 1% of their distribution. Our final sample comprises 6,090 private and publicly listed US commercial banks for 2007-2016.

Variables

Table 1 briefly illustrates the variables utilized in the empirical analysis and their descriptive statistics. We investigate how bank market power affects bank risk during crises. Bank risk in Equation 1 corresponds to our bank risk measures, and bank default risk (Default risk) is the primary outcome variable, which is proxied by the negative of the natural log of the Z-score. Z-score is a frequently used bank default risk measure in previous studies (Laeven & Levine, 2009; Beck et al., 2013). It is computed as the sum of return on assets (ROA) and capitalization (EQTA) divided by the standard deviation of ROA (SD (ROA)). Three-year rolled windows are used to compute SD (ROA). The negative value of the natural log of the Z-score is utilized to compute Default risk so that higher values specify higher risk. Table 1 indicates that Default risk has a minimum of -6.81 and a maximum of -0.82, with a mean value of -4.05.

For deeper insights, the Z-score is disintegrated into two parts (Lepetit et al., 2008; Barry et al., 2011), and they are used as dependent variables. The first part is Leverage Risk, and the second part is Portfolio Risk, whose definitions are as shown in Table 1.

As a proxy for bank market power, the Lerner index is employed, intensively utilized in banking studies (Berger et al., 2009; Beck et al., 2013). The index is computed at the bank level and describes the degree

to which banks are capable of attributing their marginal price above their marginal costs. Thereby it demonstrates current and future profits. We calculate the Lerner index in the following way:

$$\text{Lerner}_{it} = \frac{P_{it} - MC_{it}}{P_{it}} \quad (2)$$

where i and t represent bank and year, more market power is incorporated by higher index values. P_{it} specifies bank activities' price, and we use the share of total operating income in total assets as a proxy as in Berger et al. (2009). We undertake the subsequent cost function to extract marginal costs (MC_{it}).

$$\ln C_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln Q_{it} + \alpha_2 (\ln Q_{it})^2 + \sum_{j=1}^3 \beta_j \ln w_{it}^j + \sum_{j=1}^3 \sum_{k=1}^3 \beta_{jk} \ln w_{it}^j \ln w_{it}^k + \sum_{j=1}^3 \gamma_j \ln w_{it}^j \ln Q_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

C_{it} shows total operating costs, and Q_{it} embodies total assets. The three input prices are as follows: fixed asset price (w_1), labor price (w_2) and borrowed fund price (w_3). We use the share of other operational expenses in total assets for w_1 , the share of staff expenses in total assets for w_2 and the ratio of interest expenses to the sum of total funding for w_3 , respectively.

Equation 3 is estimated using year fixed effects and standard errors are clustered at banks. We impose the following limitations on the regressions, indicating homogeneous input prices of degree one:

$$\sum_{j=1}^3 \beta_j = 1, \sum_{j=1}^3 \gamma_j = 0 \text{ and for } k=1,2,3: \sum_{j=1}^3 \beta_{jk} = 0.$$

Marginal costs are extracted for each bank and year in the following way:

$$MC_{it} = \frac{\partial C_{it}}{\partial Q_{it}} = \frac{C_{it}}{Q_{it}} (\widehat{\alpha}_1 + 2\widehat{\alpha}_2 \ln Q_{it} + \sum_{j=1}^2 \widehat{\gamma}_j \ln \frac{w_{it}^j}{w_{it}^3}) \quad (4)$$

We see in Table 1 that Market power proxied has a minimum value of -0.04 and a maximum of 0.56, with an average of 0.22.

Figure 1 demonstrates the time-series behavior of Default risk and Market power between 2007-2016. We calculate the yearly averages of the two variables to generate the series. It shows a strong market power decline during the crisis between 2007 and 2010. During the same period, default risk tends to increase. There seems to be a clear negative correlation between default risk and market power during both normal and turbulent times.

Following the previous literature, we control for various bank characteristics (Laeven & Levine, 2009; Houston et al., 2010). We consider commonly accepted determinants of bank risk. They contain the natural log of total assets (SIZE), the share of deposits to total assets (Deposits to assets), and total loans to total assets (Loans to assets). Moreover, we include the ratio of noninterest income to total income as a proxy for income diversification (Noninterest income share) and loan loss provisions in interest income (Loan loss provisions share) as a proxy for credit risks. The country controls are the growth of real GDP per capita (GDP pc growth) and inflation (Inflation).

Table 2 demonstrates the pairwise correlation coefficients. They appear low and represent no serious multicollinearity problems.

RESULTS

Table 3 demonstrates our baseline regression findings on how market power affects bank risk during GFC. For this purpose, we include a binary variable, Crisis, equates 1 for the years between 2007 and 2009 and 0 otherwise. In our regressions, we include the interaction of Crisis with Market power, proxied by the Lerner index. We execute our estimations applying panel data techniques alongside bank fixed effects. One-period lagged explanatory variables are utilised in our regressions to account for reverse causality. Column 1 presents our findings when Default risk is our dependent variable with only bank controls included in the estimation. Next, Column 2 incorporates the findings when Default risk is still the dependent variable, and we incorporate both bank and country controls. In Columns 3 and 4, we decompose Z-score and undertake Leverage and Portfolio risk as outcome variables. Columns 3& 4 contain both bank and country controls.

Table 1. Definition of the variables and descriptive statistics

Name of variables	Description	Obs.	Mean	Min	Max	Median	Standard dev.
<i>Panel A: Dependent variables</i>							
Default Risk	(-1)*Ln [(ROA+ EQTA)/ SD(ROA)]. ROA shows return on assets, EQTA for Equity to Total Assets, and SD (ROA) is the standard deviation of ROA.	42059	-4.05	-6.81	-0.82	-4.14	1.20
Leverage Risk	(-1)*Ln [EQTA/ SD (ROA)]	42145	-3.99	-6.74	-1.04	-4.06	1.17
Portfolio Risk	(-1)*Ln [ROA/ SD(ROA)]	37798	-1.48	-4.28	2.60	-1.63	1.31
<i>Panel B: Bank Controls</i>							
Market power	Lerner index= (Price-Marginal cost)/Price	53117	0.22	-0.04	0.56	0.23	0.15
Size	Ln(total assets)	54097	5.44	1.00	14.68	5.21	1.54
Deposits to assets	Deposits/total assets	54093	0.86	0.49	0.98	0.87	0.09
Loans to assets	Loans/total assets	54091	0.62	0.15	0.90	0.65	0.16
Noninterest income share	Noninterest income/total income	54094	0.17	-0.11	0.76	0.15	0.13
Loan loss provisions share	Loan loss provisions/interest income	54032	0.09	0.00	0.42	0.05	0.11
Crisis	An indicator variable, equaling 1 for GFC, and 0 for the other years.	54810	0.33	0.00	1.00	0.00	0.47
<i>Panel C: Country Controls</i>							
GDP pc growth	Annual growth of GDP per capita	54810	0.47	-3.62	1.79	0.93	1.68
Inflation	Inflation rate	54810	1.82	-0.36	3.84	1.64	1.28

Note: This table illustrates the variables employed in the empirical analysis, their brief descriptions, and the summary statistics. Panel A displays the outcome variables; Panels B and C specify bank and country controls.

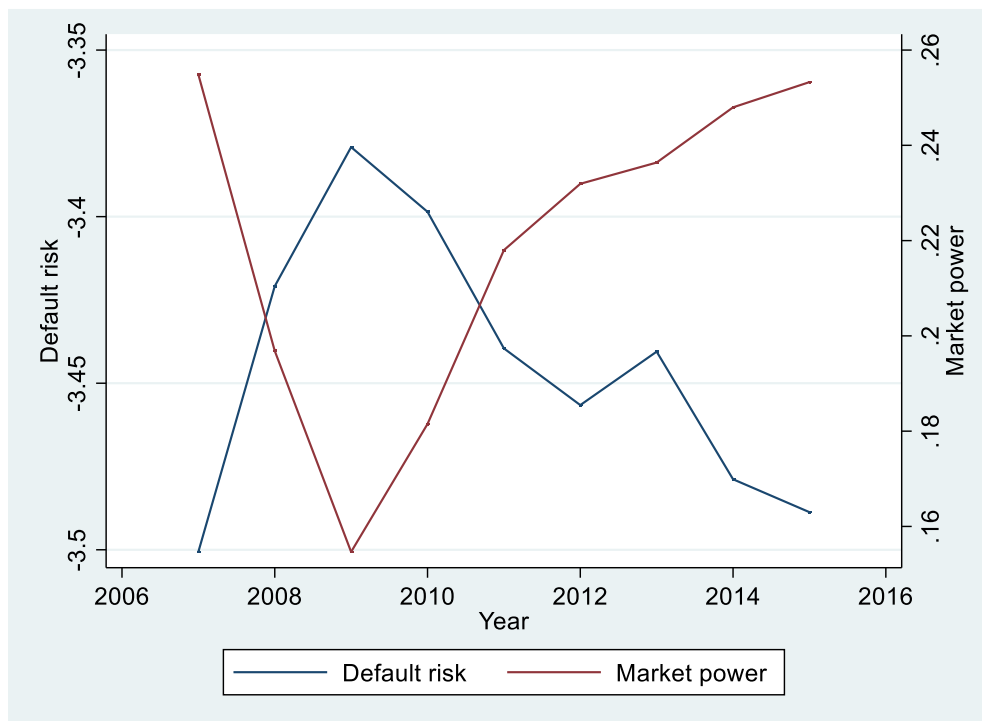


Figure 1. The behavior of ESG and loan growth through time

Note: This figure shows how *Default risk* and *Market power* behave between 2007-2016. We calculate the yearly averages of the two variables to generate the series.

Table 2. Correlations

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
(1) Crisis	1								
(2) Market power	0.1106*	1							
(3) Size	0.0581*	0.1039*	1						
(4) Deposits to assets	0.3454*	0.0544*	0.2828*	1					
(5) Loans to assets	0.1190*	0.0515*	0.1275*	0.1065*	1				
(6) Noninterest income share	0.0423*	0.0534*	0.3222*	0.1577*	0.1461*	1			
(7) Loan loss provisions share	0.1587*	0.5619*	0.1919*	0.1617*	0.1959*	0.0470*	1		
(8) GDP pc growth	0.7623*	0.1790*	0.0310*	0.2136*	0.0702*	0.0262*	0.2707*	1	
(9) Inflation	0.1592*	0.0337*	0.0369*	0.1224*	0.0119*	0.0311*	0.0169*	0.1904*	1

* significance at 0.05

In Columns 1 and 2, we observe that the Crisis term (β_1) coefficient is significantly positive at the 1% level. This shows that the crisis increases bank default risk for banks with lower market power. Meanwhile, the interaction term's coefficient, Market power*Crisis (β_2) is negatively significant, and the sum of the coefficients of Crisis (β_1) and (β_2) is significantly negative at the 1% level. This shows that market power is beneficial to reverse the impact of the crisis, i.e., banks with higher market power persisted stable during turbulent times. In Columns 3 and 4, we see that the findings continue to hold, and higher market powered-banks have both lower leverage and portfolio risk during the crisis. The decrease in portfolio risk seems to be higher in magnitude than leverage risk, i.e., higher market powered-banks seem to have managed to maintain a portfolio with higher and more stable earnings.

Overall, these findings are consistent with our hypothesis and consistent with the studies that state that high market power helps banks to have better funding and a greater capability to protect themselves against loan defaults (Fungáčová et al., 2014). Our findings are also in agreement with the studies that document that screening and monitoring abilities improve when banks have higher market power which then boosts their performance and decreases loan defaults and bank risk during uncertain times (Petersen and Rajan; 1995; Boot and Thakor, 2000; Cubillas and Suarez, 2018). The hedging capabilities of banks improve when they have higher market power. They face fewer moral hazard problems and non-performing loans, and they better maintain their stability (Fungáčová et al., 2014).

Regarding the impact of bank-specific variables, they are generally observed to be significant in line with expectations. We see that higher loan and deposit shares induce less risk on banks. This supports the literature that reveals that traditional activities like deposits and lending are more secure because switching and information costs make it hard to cancel these relationships (Lepetit et al., 2008; Köhler, 2015). We perceive in Table 3 that income diversification through non-interest income (such as activities that require commission and fee, trading, etc.) is associated with lower portfolio risk. Larger banks have lower default, leverage, and portfolio risks. Higher loan loss provisions, indicating a higher credit risk, are associated with more risk as would be expected. With regard to the country control variables, real GDP per capita growth is negatively linked with risk-taking, and inflation is positively related to bank risk.

Table 3. Effect of Market Power on Bank risk during crisis-Baseline Estimations

	(1) Default Risk	(2) Default Risk	(3) Leverage Risk	(4) Portfolio Risk
Market power	-1.270*** (0.05)	-1.136*** (0.05)	-0.766*** (0.05)	-5.085*** (0.07)
Crisis ($\beta 1$)	0.355*** (0.02)	0.252*** (0.03)	0.214*** (0.03)	0.594*** (0.03)
Market power*Crisis ($\beta 2$)	-0.501*** (0.07)	-0.585*** (0.07)	-0.458*** (0.07)	-1.887*** (0.10)
Size	-0.360*** (0.02)	-0.313*** (0.02)	-0.343*** (0.02)	-0.352*** (0.03)
Deposits to assets	-0.984*** (0.09)	-0.598*** (0.09)	-0.603*** (0.09)	-0.915*** (0.11)
Loans to assets	-0.086 (0.07)	-0.251*** (0.07)	-0.239*** (0.07)	-0.824*** (0.08)
Noninterest income share	-0.107* (0.06)	-0.086 (0.06)	-0.044 (0.06)	-0.391*** (0.08)
Loan loss provisions share	2.402*** (0.04)	2.228*** (0.05)	2.136*** (0.05)	2.457*** (0.06)
GDP pc growth		-0.059*** (0.00)	-0.060*** (0.00)	-0.035*** (0.00)
Inflation		0.032*** (0.01)	0.035*** (0.01)	0.011 (0.01)
Constant	-1.191*** (0.14)	-1.721*** (0.14)	-1.580*** (0.14)	2.810*** (0.18)
$\beta 1+\beta 2$	-0.146***	-0.333***	-0.244***	-1.293***
Bank FE	YES	YES	YES	YES
R2	0.2023	0.2107	0.1872	0.3669
Number of observations	41441	41441	41483	37384
Number of banks	6062	6062	6062	6013

*Note: The table shows our baseline regression findings on how market power affects bank risk during crisis times. We incorporate an indicator variable, Crisis, which equals 1 for 2007-2009 and 0 otherwise. We include the interaction of Crisis and Market power, proxied by the Lerner index. We use a sample of 6090 US commercial banks for 2007 - 2016. We perform our estimations using panel data techniques, together with bank fixed effects. To diminish the reverse causality, lagged independent variables are used. Column 1 shows the results when Default risk is our dependent variable when bank controls are included in the estimation. Column 2 exhibits the results when Default risk is our dependent variable with both bank and country controls included in the estimation. In Columns 3 and 4, we decompose Z-score and use Leverage risk and Portfolio risk as outcome variables. Robust standard errors in parentheses. * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.010$*

Table 4. Effect of Market Power on Bank risk during crisis-Robustness Estimations

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	CRISIS=1	CRISIS=0	CRISIS=1	CRISIS=0	CRISIS=1	CRISIS=0
<i>Dependent variable</i>	<i>Default risk</i>	<i>Default risk</i>	<i>Leverage risk</i>	<i>Leverage risk</i>	<i>Portfolio risk</i>	<i>Portfolio risk</i>
Market power	-1.019*** (0.11)	-0.765*** (0.07)	-0.566*** (0.11)	-0.403*** (0.07)	-6.048*** (0.16)	-4.623*** (0.08)
Size	0.162** (0.07)	-0.444*** (0.03)	0.174*** (0.07)	-0.479*** (0.03)	-0.109 (0.10)	-0.463*** (0.04)
Deposits to assets	0.032 (0.22)	-1.021*** (0.13)	0.115 (0.21)	-1.014*** (0.13)	0.403 (0.31)	-1.314*** (0.14)
Loans to assets	0.853*** (0.18)	-0.548*** (0.10)	0.865*** (0.18)	-0.549*** (0.10)	0.721*** (0.28)	-0.832*** (0.11)
Noninterest income share	-0.098 (0.11)	0.115 (0.09)	-0.147 (0.11)	0.145* (0.09)	-0.052 (0.16)	0.018 (0.10)
Loan loss provisions share	0.271*** (0.09)	2.321*** (0.06)	0.313*** (0.09)	2.249*** (0.06)	-0.077 (0.15)	2.479*** (0.07)
GDP pc growth	0.035*** (0.01)	0.121*** (0.02)	0.036*** (0.01)	0.119*** (0.02)	0.053*** (0.01)	0.109*** (0.02)
Inflation	0.000 (.)	0.102*** (0.01)	0.000 (.)	0.104*** (0.01)	0.000 (.)	0.074*** (0.01)
Constant	-4.882*** (0.38)	-0.956*** (0.21)	-5.054*** (0.37)	-0.781*** (0.21)	0.111 (0.61)	3.309*** (0.25)
Bank FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
R2	0.1707	0.128	0.1064	0.116	0.323	0.253
Number of observations	11669	29772	11684	29799	9565	27819
Number of banks	5971	6054	5974	6054	5283	5991

*Note: The table shows our robustness findings on how market power affects banks' risk during crisis times. We use a sample of 6090 US commercial banks for the period between 2007 and 2016. We perform our estimations using panel data techniques and bank fixed effects. To lessen the impact of reverse causality, we undertake one-period lagged explanatory variables. Columns 1 and 2 display the findings when we use Default risk as our dependent variable and for the subsamples when we take Crisis=1 (for the years 2007-2009) and Crisis=0 (for the years 2010-2016), respectively. Columns 3 and 4 display the findings when we use Leverage risk as our dependent variable and for the subsamples when we take Crisis=1 (for the years 2007-2009) and Crisis=0 (for the years 2010-2016), respectively. Columns 5 and 6 display the findings when we use Portfolio risk as our dependent variable and for the subsamples when we use Crisis=1 (for the years 2007-2009) and Crisis=0 (for the years 2010-2016), respectively. Robust standard errors in parentheses. * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.010$*

Table 4 presents our robustness checks on how market power affects bank risk during crises. Instead of using interaction terms, we use split samples. We continue to perform our estimations employing panel data estimation techniques with bank fixed effects and use one-period lagged independent variables. Columns 1 and 2 present our findings when Default risk is taken as the dependent variable, and we present the results for the subsamples when we take Crisis=1 (for the years 2007-2009) and Crisis=0 (for the years 2010-2016), respectively. We observe that the coefficient of the Market power is significantly negative at the 1% level, but it is higher in magnitude during the crisis. Therefore, we see that Market power decreases bank risk more during the crisis period, in line with baseline findings. Columns 3 and 4 display the findings when Leverage risk is considered as the dependent variable and for the subsamples Crisis=1 and Crisis=0, respectively. Columns 5 and 6 display the findings when we use Portfolio risk as our dependent variable and for the subsamples Crisis=1 and Crisis=0, respectively. The coefficient of the Market power term is higher and more negative when Crisis=1, i.e., in Columns 3 and 5 vs. Columns 4 and 6. We confirm that market power is more powerful in decreasing bank portfolio risk during the crisis, in line with baseline findings.

CONCLUSION

This paper examines how bank market power affects bank risk during the global financial crisis period (2007-2009). A sample of 6,090 private and listed US commercial banks is used. We perform our regressions using panel data techniques and include bank fixed effects. Our findings indicate that higher market-powered banks stayed stable during GFC.

Our findings support the arguments that banks with high market power have a greater capability to hedge themselves against non-performing loans (Fungáčová et al., 2014). They have better screening and monitoring abilities that help them boost their performance and decrease loan defaults and bank risk during crisis times (Petersen and Rajan; 1995; Caminal and Matutes, 2002; Cubillas and Suarez, 2018). They experience fewer problems related to moral hazards and better maintain their stability (Gambacorta and Marques-Ibanez, 2011).

This paper shows that market power in banking is very crucial, and competition is more detrimental to stability during crisis periods. We find that bank market power is a path through which turbulent periods might impact bank risk-taking. This suggests that market power decreases banks' risk-taking incentives during the crisis. In contrast to other industries, policymaking in banking may focus on improving market power but not maximizing competition between banks, especially during crises.

REFERENCES

- Allen, F. & Gale, D. (2000). Financial contagion. *Journal of Political Economy*, 108(1), 1–33.
- Barry, T., Lepetit, L., & Tarazi, A. (2011). Ownership structure and risk in publicly held and privately owned banks. *Journal of Banking & Finance*, 35(5), 1327-1340.
- Barth, J. R., Caprio, G., & Levine, R. (2013). Bank regulation and supervision in 180 countries from 1999 to 2011. *Journal of Financial Economic Policy*, 5(2), 111-219.
- Beck, T., De Jonghe, O., & Schepens, G. (2013). Bank competition and stability: Cross-country heterogeneity. *Journal of Financial Intermediation*, 22(2), 218-244.
- Beltratti, A. & Stulz, R. M. (2012). The credit crisis around the globe: Why did some banks perform better? *Journal of Financial Economics*, 105(1), 1-17.
- Berger, A. N., Klapper, L. F., & Turk-Ariss, R. (2009). Bank competition and financial stability. *Journal of Financial Services Research*, 35(2), 99-118.
- Bhattacharya, S. & Thakor, A.V. (1993). Contemporary banking theory. *Journal of Financial Intermediation*, 3(1), 2-50.
- Bofondi, M., & Gobbi, G. (2004). *Bad Loans and Entry into Local Credit Markets* (Temi di discussione (Economic working papers) No. 509). Bank of Italy, Economic Research and International Relations Area.
- Bolt, W. & Tieman, A. F. (2004). Banking competition, risk and regulation. *Scandinavian Journal of Economics*, 106(4), 783–804.
- Boot, A. W.A. & Greenbaum, S. (1993). Bank regulation, reputation and rents: theory and policy implications. In Mayer, C & Vives, X. (Eds.), *Capital markets and financial intermediation* (pp. 262-285). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Boot, A. W., & Thakor, A. V. (2000). Can relationship banking survive competition?. *The Journal of Finance*, 55(2), 679-713.
- Boyd, J. H., & De Nicoló, G. (2005). The theory of bank risk taking and competition revisited. *The Journal of Finance*, 60(3), 1329–1343.
- Boyd, J.H., De Nicolo, G., & Jalal, A.M. (2006). *Bank risk-taking and competition revisited: new theory and new evidence* (Working Paper Series No. 06/297). International Monetary Fund.
- Brownbridge, M., & Kirkpatrick, C. (1999). Financial sector regulation: The lessons of the Asian crisis. *Development Policy Review*, 17(3), 243-266.

- Caminal, R., & Matutes, C. (2002). Market power and banking failures. *International Journal of Industrial Organization*, 20(9), 1341-1361.
- Carletti, E. (2008). Competition and regulation in banking. In Boot, A.W.A., & Thakor, A.V. (Eds.), *Handbook of Financial Intermediation* (pp. 449–482). North Holland: Elsevier.
- Claessens, S., & Laeven, L. (2004). What drives bank competition? Some international evidence. *Journal of money, credit and banking*, 563-583.
- Cubillas, E., & Suárez, N. (2018). Bank market power and lending during the global financial crisis. *Journal of International Money and Finance*, 89, 1-22.
- Delis, M. D., Kokas, S., & Ongena, S. (2017). Bank market power and firm performance. *Review of Finance*, 21(1), 299-326.
- Demsetz, R. S., Saldenber, M. R., & Strahan, P. E. (1996). Banks with something to lose: The disciplinary role of franchise value. *Economic Policy Review*, 2(2), 1-14.
- Flannery, M. J., Kwan, S. H., & Nimalendran, M. (2013). The 2007–2009 financial crisis and bank opaqueness. *Journal of Financial Intermediation*, 22(1), 55-84.
- Fungáčová, Z., Solanko, L., & Weill, L. (2014). Does competition influence the bank lending channel in the euro area?. *Journal of banking & Finance*, 49, 356-366.
- Gambacorta, L., & Marques-Ibanez, D. (2011). The bank lending channel: lessons from the crisis. *Economic policy*, 26(66), 135-182.
- Hellmann, T. F., Murdock, K. C., & Stiglitz, J. E. (2000). Liberalization, moral hazard in banking, and prudential regulation: Are capital requirements enough?. *American economic review*, 90(1), 147-165.
- Houston, J. F., Lin, C., Lin, P., & Ma, Y. (2010). Creditor rights, information sharing, and bank risk-taking. *Journal of Financial Economics*, 96(3), 485–512.
- Ivashina, V., & Scharfstein, D. (2010). Bank lending during the financial crisis of 2008. *Journal of Financial economics*, 97(3), 319-338.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Keeley, M. C. (1990). Deposit insurance, risk, and market power in banking. *The American economic review*, 1183-1200.

- Köhler, M. (2015). Which banks are more risky? The impact of business models on bank stability. *Journal of Financial Stability*, 16, 195-212.
- Laeven, L. & Levine, R. (2009). Bank governance, regulation, and risk taking. *Journal of Financial Economics*, 93(2), 259–275.
- Lepetit, L., Nys, E., Rous, P., & Tarazi, A. (2008). Bank income structure and risk: An empirical analysis of European banks. *Journal of banking & finance*, 32(8), 1452-1467.
- Levy Yeyati, E. & Micco, A. (2007). Concentration and foreign penetration in Latin American banking sectors: Impact on competition and risk. *Journal of Banking & Finance*, 31(6), 1633-1647.
- Matutes, C. & Vives, X. (2000). Imperfect competition, risk-taking, and regulation in banking. *European Economic Review*, 44(1), 1–34.
- Marquez, R. (2002). Competition, adverse selection, and information dispersion in the banking industry. *The Review of Financial Studies*, 15(3), 901-926.
- Petersen, M. A., & Rajan, R. G. (1995). The effect of credit market competition on lending relationships. *The Quarterly Journal of Economics*, 110(2), 407-443.
- Schaeck, K., Cihak, M., & Wolfe, S. (2009). Are competitive banking systems more stable? *Journal of Money, Credit and Banking*, 41(4), 711-734.
- Soedarmono, W., Machrouh, F., & Tarazi, A. (2013). Bank competition, crisis and risk taking: Evidence from emerging markets in Asia. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 23, 196-221.
- Suarez, J. (1994). *Closure rules, market power and risk-taking in a dynamic model of bank behavior* (LSE Financial Markets Group Discussion Paper No. 196). London: London School of Economics.
- Vives, X. (2016). *Competition and stability in banking: The role of regulation and competition policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Geliş Tarihi:

06.09.2022

Kabul Tarihi:

12.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Tan, E., & Kuş, Y. (2022). Benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide beden imgesi baş etme stratejilerinin rolünün incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45). 1423-1441. doi: 10.46928/iticusbe.1171413

BENLİK SAYGISI İLE CERRAHİ OLMAYAN ESTETİK MÜDAHALELER ARASINDAKİ İLİŞKİDE BEDEN İMGESİ BAŞ ETME STRATEJİLERİNİN ROLÜNÜN İNCELENMESİ

Araştırma

Ezgi Tan 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Üniversitesi

etan@ticaret.edu.tr

Yasemin Kuş  

İstanbul Ticaret Üniversitesi

yaseminnkus@hotmail.com

Ezgi Tan, İstanbul Ticaret Üniversitesi Psikoloji Bölümünde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır. Klinik Psikoloji alanında dersler vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

Yasemin Kuş, İstanbul Ticaret Üniversitesi Psikoloji Bölümünde Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır. Uygulamalı Psikoloji alanında çalışmalarını sürdürmektedir. Endüstri ve Örgüt psikolojisi alanında dersler vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

BENLİK SAYGISI İLE CERRAHİ OLMAYAN ESTETİK MÜDAHALELER ARASINDAKİ İLİŞKİDE BEDEN İMGESİ BAŞ ETME STRATEJİLERİNİN ROLÜNÜN İNCELENMESİ

Ezgi Tan
etan@ticaret.edu.tr
Yasemin Kuş
yaseminnkus@hotmail.com

Özet

Amaç: Her geçen yıl gerçekleştirilen cerrahi olmayan estetik müdahalelerin sayısı bir önceki yıla kıyasla önemli ölçüde artmaktadır (Aesthetic Plastic Surgery National Data Bank, 2021, p. 6). Bu artışı etkileyebilecek temel psikolojik mekanizmaların araştırılması, hem estetik müdahale öncesi hem de sonrasında hastanın iyi oluşunu anlamak açısından oldukça değerlidir. Bu çalışmada, benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide beden algısı baş etme stratejilerin rolünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Sunulan çalışma kapsamında beden algısı baş etme stratejilerinden görünüşü düzeltme ve olumlu mantıksal kabullenme stratejileri incelenmektedir.

Yöntem: Araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemi 267 kadın ve 43 erkek olmak üzere toplamda 310 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 18 ile 29 arasında değişmektedir. Araştırmanın verileri Kişisel Bilgi Formu, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği ve Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeği aracılığıyla toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 24 programı ile Process makro eklentisi kullanılmıştır.

Bulgular: Analiz sonuçlarına göre benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide olumlu mantıksal kabullenme stratejisi biçimlendirici rol oynamaktadır. Beden imgesi ile baş ederken yüksek düzeyde olumlu mantıksal kabullenme stratejisi kullanan kişilerde benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale arasındaki ilişki zayıflamaktadır. Öte yandan, görünüşü düzeltme stratejisi ile benlik saygısı ve cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Ancak, bu stratejinin benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide biçimlendirici rolü desteklenmemektedir. Elde edilen bulgular alanyazın kapsamında tartışılacaktır.

Özgünlük: Son on yılda, estetik amaçlı müdahalelerin başlangıç yaşının erken yaşlara kadar indiği bilinmektedir. Araştırmanın sonuçları, bedenini olumlu algılama ve iyi yönleri ile var olduğu gibi kabul etmenin genç erişkinlikte estetik müdahale girişimlerini etkilediğine işaret etmektedir. Bu durumda, sosyal medya aracılığıyla maruz kalınan estetik standartların özellikle, genç erişkinler üzerinde etkisinin azaltmanın bir yolu olarak olumlu mantıksal kabullenme beden imgesi baş etme stratejisinin önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışma estetik müdahale uygulamalarında benlik saygısının ve beden imgesi ile baş etme stratejilerinin risk ve koruyucu faktörler olabileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Benlik Saygısı, Beden İmgesi, Baş Etme Stratejileri, Cerrahi Olmayan Estetik Müdahale, Olumlu Mantıksal Kabullenme, Görünüş Düzeltme

JEL Sınıflandırması: I00

INVESTIGATION THE ROLE OF BODY IMAGE COPING STRATEGIES IN THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-ESTEEM AND NON-SURGERY AESTHETIC INTERVENTIONS

ABSTRACT

Purpose: The number of non-surgical aesthetic interventions performed each year increases significantly compared to the previous year (Aesthetic Plastic Surgery National Data Bank, 2021, p. 6). Understanding the basic psychological mechanisms that may affect this increase is very valuable for the well-being of the patient both before and after the aesthetic intervention. This study aims to examine the role of body image coping strategies in the relationship between self-esteem and non-surgical aesthetic interventions. Within the scope of the presented study, the strategies of appearance fixing and positive rational acceptance are examined among the body image coping strategies.

Method: Relational screening method was used in the study. The sample of the study consists of 310 people, 267 women and 43 men. The ages of the participants ranged from 18 to 29. The data of the study were collected through Sociodemographic Information Questionnaire, Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES), and The Body Image Coping Strategies Inventory (BICSI). Data were analyzed with SPSS 24 using the Process macro.

Findings: According to the results of the analysis, positive rational acceptance coping strategy has a moderator role in the relationship between self-esteem and non-surgical aesthetic interventions. The relationship between self-esteem and non-surgical aesthetic intervention weakens in people who use a highly positive rational acceptance strategy when dealing with body image. On the other hand, significant correlations were found between the appearance fixing strategy, self-esteem and non-surgical aesthetic interventions. However, the moderator role of appearance fixing strategy in the relationship between self-esteem and non-surgical aesthetic interventions is not supported. The findings will be discussed within the scope of the literature.

Originality: In the last ten years, it is known that the age of onset of aesthetic interventions has decreased to early ages. The results of the study found that positive perception of the body and accepting it as it exists with its good aspects affect aesthetic intervention attempts in young adulthood. In this case, it demonstrates the impact of body image coping strategies as a way of reducing the impact of aesthetic standards exposed through social media, especially on young adults. This study shows that self-esteem and strategies to cope with negative body image can be risk and protective factors in aesthetic interventions.

Keywords: Self-Esteem, Body Image, Coping Strategies, Non-Surgical Aesthetic Intervention, Positive Rational Acceptance, Appearance Fixing

JEL Classification: I00

GİRİŞ

Tüm dünyada kozmetik amaçlı estetik müdahalelere başvuran kişi sayısı her geçen gün artarken bu uygulamaları yaptıran bireylerin yaşları da giderek düşmektedir. Bu artış estetik müdahalelerle ilişkili ruhsal faktörlerin belirlenmesine dair ilgiyi de beraberinde getirmiştir. Fiziksel görünüme daha fazla psikolojik yatırım yapmak ve medyada sunulan güzellik mesajları estetik müdahalelerdeki popülerliği arttırsa da beden memnuniyetsizliği estetik müdahalelere başvurma ile en fazla ilişkilendirilmiş ruhsal faktördür (Swami, 2009: 316). Birçok çalışma beden memnuniyetsizliğinin estetik cerrahi kabul etme eğilimini artırdığını göstermektedir (Örneğin: Callaghan vd., 2011, s. 271; Swami, 2009: 317). Beden memnuniyetsizliği yaşayan bireylerin estetik müdahaleler ile ruhsal iyilik arayışında olması ya da bu eylemleri bir baş etme stratejisi olarak kullanmaları söz konusu olabilir. Benlik saygısı bireylerin estetik yaptırma isteği ile ilişkili bulunan bir diğer önemli faktördür. Düşük benlik saygısı ile estetik müdahaleleri tercih etme arasında negatif yönde güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Von Soest ve diğerleri, 2009: 1242; Furnham ve Levitas, 2012: 49, Farshidfar vd., 2013: 239). Benlik saygısının hem doğrudan estetik müdahalelere başvurma ile ilişkili olduğu, hem de beden algısını etkileyerek dolaylı olarak estetik cerrahi arayışında bir belirleyici olduğu saptanmıştır (Von Soest vd., 2006: 53). Baş etme stratejileri, stresin etkisini azaltmak için çevre ile uyumu arttıran önemli bir mekanizmadır. Bireyler her uyumsuz durumda olduğu gibi beden algıları ile ilgili bir uyumsuzluk ya da stres durumu yaşadıklarında da çeşitli baş etme stratejileri kullanmaya yönelmektedir. Beden algısı ile yaşanan stres ve uyumsuzluk durumunda da çeşitli baş etme stratejileri kullanılır. Bu stratejiler bazen uyumsuzluğu gidererek birey için işlevsel olabilirken, kimi zaman olumsuz sonuçlar doğurabilir. Genç erişkinlik dönemi kimliğin ve kimliğin en önemli parçalarından biri olan beden algısının şekillendiği bir gelişim dönemi olan ergenliğin devamıdır. Bu çalışmada benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide beden algısı baş etme stratejilerinden olan olumlu mantıksal kabullenme ve görünüşü düzeltmenin rolünün incelenmesi amaçlanmıştır. Genç erişkinler üzerinde yapılan bu çalışmada, olumlu mantıksal kabullenme baş etme stratejisi benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide biçimlendirici rol oynadığı gösterilmiş, yüksek düzeyde olumlu mantıksal kabullenme stratejisi kullanan kişilerde benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale arasındaki ilişkinin zayıfladığı bulunmuştur. Öte yandan, görünüşü düzeltme stratejisi ile benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Bu çalışma, benlik saygısının ve olumsuz beden imgesi ile baş etme stratejilerinin estetik müdahale uygulamalarında risk ve koruyucu faktörler olabileceğini göstermektedir.

BENLİK SAYGISI

Benlik saygısı, bireyin tutum ve davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Bu kavram hem gündelik yaşamda hem de psikoloji literatüründe yaygın olarak kullanılmaktadır. En bilinen tanımıyla benlik saygısı, bir bireyin kendi değerine ilişkin öznel değerlendirmeleri içeren ve bir kişinin kendisine karşı duyduğu değer ve onay duygusu olarak tanımlanmaktadır (Baumeister, 2001: 97). Benlik saygısını bireylerin kendileriyle ilgili algıları ve değerlendirmelerinden etkilenmektedir. Aynı zamanda maruz kaldıkları herhangi bir problem karşısında nasıl başa çıkacakları konusunda da bireyin stratejilerini etkileyen bir faktördür. Benlik saygısı, kişinin kendisi hakkındaki sevmeye dair inançlarını, başarı, umutsuzluk, utanç ve gurur gibi çok çeşitli duygusal deneyimleri kapsamaktadır (Smith ve Mackie, 2007: 74). Benlik saygısı, bireyin psikolojik durumunu en önemli bileşenlerinden biridir ve ilişkili olduğu pek çok kavram bulunmaktadır. Örneğin, benlik saygısının bireylerde mutluluk, iş yaşamında başarı, yakın ilişkilerde doyum ve akademik başarı gibi pek çok sonucu öngördüğü bulunmuştur (Baumeister vd., 2003: 32).

Benlik Saygısı ve Genç Erişkinlik Dönemi

Benlik saygısı, yaşamın farklı evrelerinde değişim gösteren, sabit olmayan bir kavramdır. Yapılan boylamsal bir çalışmada (Orth vd., 2010: 6-46), benlik saygısının ergenlik ve genç erişkinlik döneminde arttığı, 60 yaş da zirveye ulaştığı ve sonraki yaşlarda azaldığı bulunmuştur. Yaşam dönemlerinde benlik saygısının farklılaşması çeşitli psikososyal etmenler ile ilişkilendirilebilir. Erişkinliğe geçiş döneminde, çatışan rol talepleri, hızla olgunlaşma ve buna eşlik eden daha karmaşık akran ve romantik ilişkiler gibi faktörler benlik saygısında değişimine neden olabilmektedir. Beliren yetişkinlik ya da genç erişkinlik dönemi, ergenlik ile yetişkinlik arasındaki yılları kapsayan bir yaşam dönemi olarak tanımlanmaktadır (Arnett, 2000: 470). Bu yaş dönemi kimlik örüntüsünde ve benlikte temel değişimlerin gözlemlendiği bir süreçtir. Kimlik ile ilgili konular ergenlik dönemi ile ilişkilendirilmiş olsa da, kimlik gelişiminin ergenlikte başlamakla birlikte, yetişkinliğe geçiş yıllarında yoğunlaştığı üzerine çalışmalar yapılmaktadır (Pals, 1999: 313). Genç erişkinlik dönemi, artan kimlik arayışı, istikrarsızlık, kendine odaklanma, arada kalmışlık hissi ve sonsuz olanaklara sahip olma inancı ile karakterize edilmektedir (Doğan ve Cebioğlu, 2011: 12). Birey yetişkinlik dönemine yaklaşırken olgunluk düzeyinde artış, sorumluluk duygusunun gelişmesi ve giderek kendi kendine yeterli hale gelme becerisi hakim olmaktadır. Bu dönemde yaşanan olumlu deneyimler ve uyumlu baş etme stratejilerinin gelişimi tutarlı bir benlik ve beden algısının oluşmasına katkı sağlar (O’dea, 2004: 227).

BEDEN ALGISI

Beden algısı, bireylerin bedenleri hakkındaki algıları, düşünceleri ve duygularını içeren çok yönlü bir kavramdır (Grogan, 2016: 27). Alanyazın incelendiğinde beden algısı, beden imgesi, vücut imajı gibi ifadelerin aynı yapıyı temsil ettiği ve birbiri yerine sıkça kullanıldığı görülmektedir. Yaşam deneyimleri, düşünceler, duygular, davranışlar ve kişilerarası ilişkiler bu algıyı şekillendiren önemli

birer faktördür. Diğer taraftan beden algısı sadece bireylerin fiziksel görünüşleri üzerine inşa edilen bir kavram olmamakla beraber bilişsel, davranışsal ve duygusal bileşenleri de içeren çok boyutlu bir yapıdır. Ayrıca bu yapı bireyin psikolojik ve biyolojik süreçlerinden hem de çevresel faktörlerden etkilenmekte ve zaman içerisinde değişim gösterebilmektedir (Franko vd., 2002: 184). Bedenin şekli, formu, boyutları ile ilgili algılanan yaşamsal tecrübeler beden algısının oluşumunda en önemli etkenlerden biridir. Bedenimizden gelen duyuşsal uyarılar kilo alıp verme, çeşitli kazalar, doğum yapma gibi yaşamsal olaylar ile yaşamın her döneminde farklılık gösterebilmektedir.

Beden İmgesi ile Baş Etme Stratejileri

Baş etme, stresli bir durumla ilişkili psikolojik, duygusal ve fiziksel yükleri en aza indirmeye yönelik bir tepkinin ortaya çıktığı bir hayatta kalma mekanizmasıdır (Folkman ve Lazarus, 1988: 466). Herhangi bir stresli durumda, olaylarla başa çıkmak için kullanılabilir bir den fazla seçenek söz konusudur. Folkman ve Lazarus'a göre (1988: 467), birey kendi özelliklerini, stresin kaynağını ve stresin ortaya çıktığı durumun gerekliliklerini inceleyerek bir baş etme stratejisini tercih etmektedir. Bilişsel-davranışçı yaklaşıma göre (Cash, 2011: 7) bedenle ilgili biliş ve duygular, belirli durumsal ipuçları veya bağlamsal olaylar (Örneğin, aynada kendine bakmak) aracılığıyla şekillenmektedir. Bireyler beden algısında strese yol açan düşünce, duygu ve durumlara uyum sağlamak veya bunlarla başa çıkmak için çeşitli bilişsel ve davranışsal stratejiler geliştirir (Cash ve Pruzinsky, 2002: 17). Beden algısına yönelik bir stresle karşılaşıldığında bu duruma karşı verilen uyum tepkileri, davranışsal gizleme ve kaçınma, görünüşü kontrol etme veya düzeltme, sosyal destek kazanma ve durum dengeleme stratejilerini içermektedir (Cash, 2011: 6). Bu stratejilerin kullanılması bireye kaçınma yoluyla geçici bir rahatlama sağlamaktadır. Böylece, kullanılan strateji strese karşı rahatsızlığı ne düzeyde azaltıyorsa bir sonraki karşılaşılan stresli olayda o stratejiyi kullanma olasılığı benzer düzeyde artacaktır. Cash ve diğerleri (2004: 90), bireylerin beden algılarına yönelik tehditler veya zorluklarla nasıl başa çıktıklarını değerlendirmiş ve 3 başa çıkma stratejisi önermiştir. Kaçınma yoluyla başa çıkma stratejisi, kişinin beden algısı, düşünceleri ve hislerine yönelik tehditlerden kaçınma girişimi ile ilişkili olarak tanımlanmaktadır (Cash vd., 2005). Örneğin, bu stratejiyi uygulayan bireyler kendilerini aynada incelemekten ya da yüzleşmekten kaçınmaktadır. Bir diğer başa çıkma stratejisi olan görünümü düzeltme, kusurlu olarak algılanan bir fiziksel özelliği gizleyerek veya düzelterek kişinin görünüşünü değiştirme çabaları şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Görünümü düzeltme başa çıkma yöntemini kullanan kişiler, görünüşleriyle ilgili bir şeyleri değiştirmeye ve düzeltmeye yönelik çok zaman ayırabilmektedir. Üçüncü ve son olarak, olumlu bir mantıksal kabul stratejisi ise kişinin deneyimlerini kabul etmesini vurgulayan zihinsel ve davranışsal faaliyetleri içermektedir. Örneğin, bu stratejiyi kullanan biri, kendisine başka önemli niteliklere de sahip olduğunu hatırlatarak odağını değiştirebilir. Tüm stratejiler değerlendirildiğinde, olumlu mantıksal kabul, uyumlu bir başa çıkma stratejisi iken, kaçınma ve görünümü düzeltme uyumsuz başa çıkma stratejileri olarak sınıflandırılmaktadır (Cash vd., 2005: 17). Uyumsuz başa çıkma stratejileri, beden imajı memnuniyetsizliğini olumsuz yönde güçlendirdiği ve beden algısı problemlerinin varlığını

devam ettirmektedir (Cash, 2011: 4). Öte yandan uyumlu baş etme stratejilerinin kullanımı daha olumlu bir beden algısı, daha yüksek bir yaşam kalitesi ve benlik saygısı ile ilişkili bulunmuş ve bu stratejileri kullanan bireylerin kendilerini görünüşleriyle tanımlama olasılıklarının daha düşük olduğu bulunmuştur (Smith-Jackson vd., 2011: 336).

CERRAHİ OLMAYAN ESTETİK MÜDAHALELER

Yüzyıllar boyunca, fiziksel güzellik ruhsal güzelliğin bir yansıması ve göstergesi olarak düşünülmüş ve bu yüzden her zaman önem verilen bir kavram olmuştur (Hajiablllo vd., 2018). Her geçen yıl makyaj, kozmetik uygulamalar gibi geçici yöntemlerle veya burun ameliyatı, ortodonti gibi kalıcı işlemlerle güzelliğe yapılan yatırım artmaktadır. Estetik müdahaleler yaşam kalitesini iyileştirmek için bir faktör olabilecek hastalık, yaralanma, deformasyon ve kalıtsal durum olmadan vücudun görünen şeklini değiştirmek için uygulanan prosedürleri tanımlamaktadır (Farshidfar vd., 2013: 238). Estetik müdahalelerdeki temel amaç bir hastanın kusurlarını düzeltilmesi olduğundan isteğe bağlıdır ve tıbbi açıdan gerekli olmayan müdahaleleri içermektedir (Barone ve diğerleri, 2016). Bu amaçla gerçekleştirilen çok çeşitli uygulamalar ve teknikler söz konusudur. Uluslararası Estetik Plastik Cerrahi Derneği'nin 2018 yılı verilerine göre, dünya genelinde en fazla tercih edilen kozmetik amaçlı cerrahi müdahalelerin başında sırasıyla meme büyütme, liposakşın, göz kapağı estetiği, karın germe ve burun estetiği operasyonları gelmektedir. Cerrahi olmayan estetik müdahalelerde ise en sık botoks uygulamaları, hyaluronik asit ve lazer ile cilt yenileme gibi teknikler öne çıkmaktadır (International Society of Aesthetic Plastic Surgery [ISAPS], 2018). Cerrahi olmayan estetik işlemler kolaylığı ve ulaşılabilirliği ile oldukça rağbet görmektedir ve bu operasyonların sayısı tüm dünyada büyük bir hızla artmaktadır. Kozmetik iyileştirmeler daha yaygın hale geldikçe, altta yatan görünüm endişelerinin çözümü olarak görülmeye başlanmış ve uygulama sıklığı her geçen gün artış göstermiştir (Nugent, 2009: 79). Bu artışa paralel olarak son yıllarda estetik cerrahi uygulamalarında ruhsal faktörlerin rolüne yönelik ilgi de artmıştır (Aesthetic Plastic Surgery National Data Bank, 2021, p. 6). Bu uygulamalara yönelik talebin artmasında fiziksel görünüme daha fazla psikolojik yatırım yapma ve medyada sunulan güzellik mesajlarının daha fazla içselleştirilmesinin rol oynadığı düşünülmektedir (Sarwer ve diğerleri, 2004: 100). Kozmetik cerrahi konusunda en sık araştırılan ve ilişki bulunan psikolojik değişkenlerden biri beden memnuniyetinin düşük olmasıdır (Swami, 2009: 316). Beden memnuniyetsizliği yaşayan bireyler, estetik müdahaleleri ruhsal iyi oluşunu arttırmada bir aracı olarak görmekte ve bu işlemler sonucunda fiziksel çekiciliği arttırarak sosyal açıdan avantaj kazanmayı amaçlamaktadır (Markey ve Markey, 2009; Slevic ve Tiggemann, 2010; Lunde, 2013).

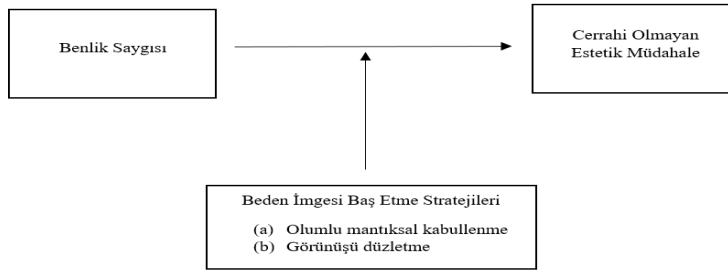
Estetik cerrahi ile en çok ilişkilendirilen ve en fazla çalışılan ruhsal faktörlerden bir diğeri ise benlik saygısıdır. Düşük benlik saygısı ile kozmetik cerrahi arayışı arasında güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Von Soest vd., 2009; Furnham ve Levitas 2012; Farshidfar vd., 2013). Yapılan çalışmaların çoğunluğunda fiziksel görünümünden memnuniyetsizlikle benlik saygısı arasında önemli bir ilişki olabileceğine işaret etmektedir (Green ve Pritchard, 2003: 216). Benlik saygısının hem

doğrudan estetik yaptırma isteği ile ilişkili olduğu, hem de beden algısını etkileyerek dolaylı olarak estetik müdahale arayışında etkili bir değişken olduğu saptanmıştır (Von Soest vd., 2006: 54). Bu çalışmada, genç erişkinlerin benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide beden imgesi baş etme stratejilerinin rolünün incelenmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, olumlu mantıksal kabul ve görünüşü düzeltme baş etme stratejileri incelenecektir. Kaçınma stratejisi ise pasif ve reaktif olmayan bir strateji olduğundan araştırmaya dahil edilmemiştir. Özellikle genç erişkinlik dönemi bireylerin benliklerini inşa sürecinde önemli ölçüde etkileyen bir dönem olduğundan, uyumsuz baş etme stratejilerini kullanmak bireyler için geleceğe yönelik kararlarında istenmeyen ve riskli sonuçlara sebep olabilecektir. Öte yandan, uyumlu ve etkili stratejilerin kullanılması hem ruhsal sağlığını hem de fiziksel görünüşüne dair karar alma sürecinde koruyucu bir mekanizma haline gelebilir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Mevcut araştırma hipotezleri test etmek üzere ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmanın amacı, benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide (a) olumlu mantıksal kabullenme, (b) görünüşü düzeltme baş etme stratejilerinin biçimlendirici rolünün sınanmasıdır. Bu doğrultuda önerilen araştırma modeli Şekil 1’de sunulmaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Hipotez 1: Bireylerin benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale geçmişi arasındaki ilişkide olumlu mantıksal kabullenme baş etme stratejisi biçimlendirici bir rol oynayacaktır.

Hipotez 2: Bireylerin benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale geçmişi arasındaki ilişkide görünüşü düzeltme baş etme stratejisi biçimlendirici bir rol oynayacaktır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın genç erişkinler ile gerçekleşmesi hedeflenmiştir. Genç erişkinlik yaşam dönemi 18 ile 29 yaş aralığını kapsamaktadır. Bu yaş grubunun genellikle üniversite eğitimi sürdürdüğü göz önüne alındığında çalışmanın üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Bu bağlamda,

araştırmanın evreni 2020-2021 eğitim-öğretim yılında İstanbul'daki bir vakıf üniversitesinde lisans eğitimi gören bireylerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini, İstanbul'da bulunan iki vakıf üniversitesinde eğitim gören kartopu örneklem yöntemiyle ulaşılan 267 kadın (%86.1) ve 43 erkek (%13.9) olmak üzere toplam 310 kişiden oluşmaktadır. Örneklemin yaş değerleri 18 ile 29 arasında değişmekte olup ortalama yaş değeri 21.20'dir. Öğrencileri eğitim gördükleri bölümlerin başında Psikoloji (%38.3) ve ardından Çocuk Gelişimi (%20.5) bölümü gelmektedir. Katılımcıların neredeyse tamamı bekar olduğunu belirtmektedir (%98.7).

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri, Sosyodemografik Bilgi Formu, Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeği, Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği uygulanmıştır.

Bilgilendirilmiş Onam

Bu formda çalışmanın amacı, ne kadar süreceği, verilerin gizliliği ve etik kurallar hakkında bilgi verilmiştir. Ardından çalışmaya gönüllü katılımlarının beyanı istenmiştir.

Cerrahi Olmayan Estetik Müdahale Deneyime Hakkında Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formunda cinsiyet, yaş, eğitim gibi demografik soruların yanında bireyin estetik müdahale deneyimleri hakkında bilgi alınan sorular bulunmaktadır. Örneğin: "Daha önce tıbbi bir gereklilik ya da sağlık açısından fonksiyonelliği artırma amacı dışında, sadece görünümü güzelleştirme amaçlı ameliyatsız kozmetik/estetik uygulamalardan birini geçirdiniz mi?" sorusu yer almaktadır. Bu soruya evet yanıtını veren katılımcılar daha detaylı sorular ile devam etmiştir. Hayır yanıtını veren kişiler ise bir sonraki soru formuna geçmiştir.

Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeği

Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeği (BİBSÖ), Cash ve diğerleri tarafından (2005) geliştirilmiş, bireylerin beden imgesi tehditlerini veya zorluklarını nasıl yönettiklerini dörtlü likert tipinde değerlendirmektedir. Ölçek, olumlu mantıksal kabullenme, görünüşü düzeltme ve kaçınma olmak üzere üç alt boyut ve toplamda 29 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutlardan alınan yüksek puanlar bireylerin belirtilen stratejiyi daha fazla kullandığı anlamına gelmektedir. Mevcut araştırmanın amacı doğrultusunda olumlu mantıksal kabullenme ve görünüşü düzeltme alt boyutlarına ait maddeler kullanılmıştır. Olumlu mantıksal kabullenme alt ölçeği beden imgesi ile ilgili algılanan stresin işlevsel ve gerçekçi olmadığını ifade eden maddeleri içermektedir. Örnek bir madde "Kendi kendime görünüşümle ilgili bir olumsuzluğu abartıyor olabileceğimi söylerim.". Görünüşü düzeltme alt ölçeği, algılanan kusuru kapatarak, kamufle ederek veya düzelterek görünümü değiştirmeye yönelik başa çıkma stratejilerini ölçer ve ayrıca güvence arama, hayali stratejiler ve görünüm karşılaştırmaları ile ilgili maddeleri içerir. Örnek bir madde "Daha çekici görünmek için bir şeyler yapıyorum" şeklindedir. Orijinal çalışmada, Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeği'nin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı "görünüşü düzeltme" alt boyutu için kadınlarda .90, erkeklerde .93; "olumlu

mantıksal kabul” alt boyutu için kadınlarda .80, erkeklerde .85’dir (Cash ve diğeri, 2005). Ölçeğin Türkçe geçerlik güvenirlik çalışması hem cinsiyete göre hem de tüm örneklem üzerinden yapılmıştır (Doğan ve diğeri, 2011: 17). Yapılan analizler sonucunda, ölçeğin iç tutarlılık katsayısı “görünüşü düzeltme” için kadınlarda .84, erkeklerde .87, tüm örneklemde .86; “olumlu mantıksal kabul” için kadınlarda .83, erkeklerde .81, tüm örneklemde .81; “kaçınma” için ise kadınlarda ve erkeklerde .84, tüm örneklemde .84 olarak hesaplanmıştır (Doğan vd., 2011).

Analize başlamadan önce ölçek maddelerin öngörülen psikolojik boyuta uygunluğunu test etmek amacıyla madde analizi yapılmıştır. Ölçekte yer alan maddelerin düzeltilmiş madde-toplam puan korelasyonu .30 ile .72 arasında değişmektedir. Buna göre tüm maddeler en az .30 ölçütü karşıladığı için varsayılan yapıyı uygun biçimde temsil etmektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Bu çalışmada, görünüşü düzeltme baş etme stratejisi alt boyutunun iç tutarlılık katsayısı .90; olumlu mantıksal kabullenme alt boyutu ise .86 olarak tespit edilmiştir. Böylece, ölçüm aracının iyi düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir (George ve Mallery, 2003: 231).

Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği

Ölçek, bireyin benliğine yönelik saygısını ölçmek üzere Rosenberg (1965) tarafından geliştirilmiştir. Katılımcılardan her bir ifadeyi dördümlü skalada 1 (Çok yanlış) ile 4 (Çok doğru) arasında değerlendirmesi istenmektedir. Ölçekte toplamda 10 madde bulunmaktadır ve bu maddelerden 5 tanesi ters (3., 5., 8., 9., ve 10. maddeler) puanlanmaktadır. Ölçekten alınan yüksek puan bireyin genel benlik değerinin düşük olduğuna işaret ederken, düşük puan ise benlik değerinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışması Çuhadaroglu (1986) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada test tekrar test güvenirliği 0.89, geçerliği ise 0.71 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha değeri .89 olarak bulunmuştur.

Verilerin Toplanması ve İşlem

Veriler, web tabanlı çevrimiçi bir platform aracılığıyla toplanmıştır. Çevrimiçi metodoloji, veri toplamadaki göreceli hızı ve katılımcılara kullanım kolaylığı nedeniyle araştırma yürütmek için avantajlı bir yaklaşımdır (Cantrell ve Lupinacci, 2007: 549). Her katılımcı paylaşılan bağlantı linki ile çalışmaya erişmiştir. Çalışmanın etik izni E-42435178-050.06.04 sayılı yazı ile Doğu Üniversitesi’nden 5 Mart 2021 tarihinde alınmıştır. Öncelikle katılımcılar araştırma hakkında bilgilendirilmiş ve onam formu sunulmuştur. Ardından kişisel bilgi formu ve ölçekler yer almaktadır. Çalışmanın tamamlanması yaklaşık olarak 15 dakika sürmektedir. Veri toplama süreci yaklaşık üç haftada tamamlanmıştır.

Verilerin Analizi

Çalışmanın hipotezlerini test etmeye başlamadan önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1 ile +1 arasında yer aldığı bulunmuştur. Verilerin bu aralıkta yer alması normal dağılım gösterdiği anlamına

gelmektedir (Jones, 1969: 1625). Ardından biçimlendirici etkiyi sınamak üzere Hayes (2013) tarafından geliştirilen SPSS PROCESS makrosu kullanılmıştır. Bu makro, her bir değişken için ayrı ayrı ve açıklayıcı değerler sunmasıyla oldukça kullanışlıdır (Hayes, Montoya ve Rockwood, 2017:78). Hayes (2018: 584) tarafından önerilen model şablonları incelenerek mevcut araştırmanın modelini uygun olan Model 1 seçilmiştir. Bu model, bir X değişkenin Y değişkeni üzerindeki etkisinin üçüncü bir değişenden (W) etkilendiği veya bu üçüncü değişene (W) bağlı olduğu bir süreci temsil etmektedir (Hayes, 2018: 220). Modelde, dolaylı etkiler için 5000 örnekleme dayalı %95 önyükleme (bootstrap) güven aralığı kullanılmıştır. Önyükleme güven aralığının sıfırı içermemesi etkinin anlamlı olduğuna işaret etmektedir (Hayes, 2018, s. 429). Bu çalışmada sonuç değişkeni ikili olduğu için Model 1’de ikili lojistik regresyon analizi maksimum olabilirlik yöntemi ile gerçekleştirilmiş ve regresyon eğimleri z-test ile hesaplanmıştır.

Hipotez 1’i test etmek üzere, cerrahi olmayan estetik müdahaleler bağımlı değişken, benlik saygısı bağımsız değişken, olumlu mantıksal kabullenme biçimlendirici değişken olarak girilmiştir. Benzer biçimde, Hipotez 2’yi sınamak üzere cerrahi olmayan estetik müdahale bağımlı değişken, benlik saygısı bağımsız değişken, görünüşü düzeltme stratejisi biçimlendirici değişken olarak tanımlanmıştır.

BULGULAR

Araştırmada yer alan tüm değişkenlere ait ortalama, minimum, maksimum ve standart sapma değerleri Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Katsayıları

	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>	1	2	3	4
1. Benlik Saygısı	29.8	5.7	1	-.07	.37**	-.20**
2. Cerrahi olmayan estetik müdahale	1.9	.3		1	-.05	-.18**
3. Olumlu mantıksal kabullenme	22.5	4.8			1	-.29**
4. Görünüşü düzeltme stratejisi	33.9	7.8				1

Not 1: Cerrahi olmayan estetik müdahale yaptıranlar ‘1’, yaptırmayanlar ‘2’ olarak kodlanmıştır.

** $p < .01$

Hipotez 1’i sınamak yönelik gerçekleştirilen biçimlendirici etki analizinde, benlik saygısının cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki etkisinde olumlu mantıksal kabullenme stratejisinin salgına

yönelik örgütsel biçimlendirici rolü incelenmiştir. Bu analizden elde edilen değerler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Benlik Saygı ile Cerrahi Olmayan Estetik Müdahale Arasındaki İlişkide Olumlu Mantıksal Kabullenme Stratejisinin Biçimlendirici Rolüne Yönelik Sonuçlar

%95 Güven Aralığı						
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	Düşük	Yüksek
Sabit	-4.9020	3.6228	2.7511	.18	-12.0025	2.1986
Benlik Saygısı	.2451	.1261	-1.9651	.05	-.0020	.4923
Olumlu mantıksal kabullenme (X)	.3567	.1688	-2.2302	.03*	.0259	.6874
Cerrahi olmayan estetik müdahale x Olumlu mantıksal kabullenme (X × W)	-.0125	.0056	1.6698	.02*	-.0234	-.0016

* $p < .05$, *Not 2:* *b:* Bootstrop Katsayısı; *SH:* Standart Hata

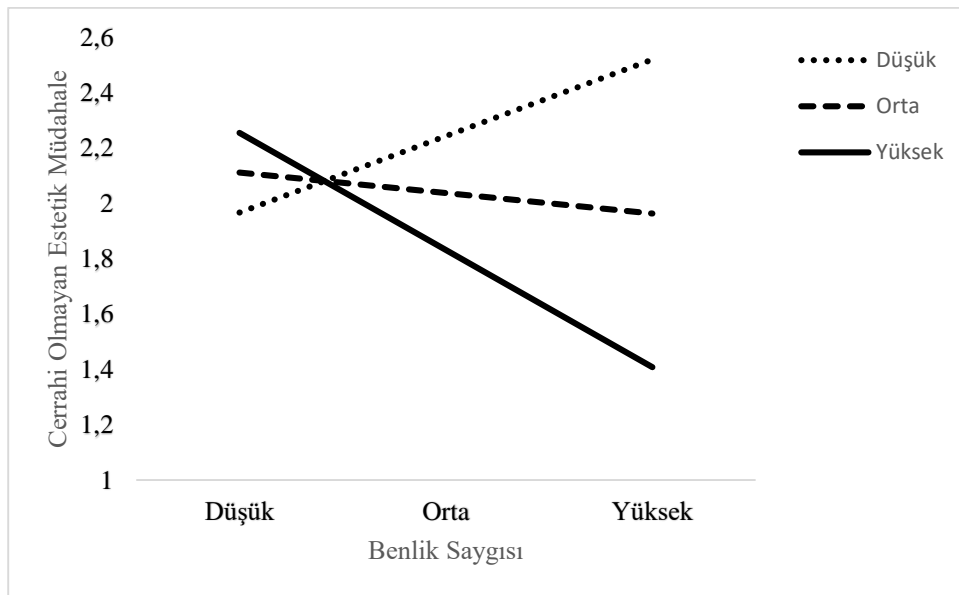
Tablo 2 incelendiğinde, modelin cerrahi olmayan estetik müdahaleyi anlamlı bir şekilde yordadığı görülmektedir ($F_{3,306} = 10.3035$, $R^2 = .07 = 4.6675$, $p < .001$). Benlik saygısının cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki etkisinin ise anlamlı olmadığı bulunmuştur ($B = .25$, $z = -1.97$, CI [-0.0020, 0.4923], $p \leq .05$). Olumlu mantıksal kabullenme stratejisinin cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki etkisinin anlamlı düzeyde olduğu görülmektedir ($B = .36$, $z = -2.23$, %95 GA [.0259, 0.6874], $p < .05$). Benlik saygısı ve olumlu mantıksal kabullenme stratejisinin cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki ortak etkisinin ise istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur ($B = -.01$, $z = 1.67$, %95 GA [-0.0234, -0.0016], $p < .05$). Bu bulgular, bireylerin benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale deneyimleri arasındaki ilişkide beden imgesi ile olumlu mantıksal kabullenme stratejisi kullanmanın biçimlendirici rolünü göstermektedir. Olumlu mantıksal kabullenme stratejisinin durumsal etkilerine dair sonuçlar Tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3. Benlik Saygı ile Cerrahi Olmayan Estetik Müdahale Arasındaki İlişkide Olumlu Mantıksal Kabullenme Stratejisinin Durumsal Biçimlendirici Rolüne Yönelik Sonuçlar

%95 GA							
Olumlu mantıksal kabullenme		<i>B</i>	<i>SH</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	Alt sınır	Üst sınır
-1S	17.5725	.0251	.0407	.6157	.54	-.0548	.1049
0	22.4290	-.0357	.0332	-1.0762	.28	-.1008	.0293
+1S	27.2855	-.0966	.0448	-2.1538	.03*	-.1844	-.0087

* $p < .05$

Tablo 3, Bu ilişki, yüksek düzeyde olumlu mantıksal kabullenme stratejisi kullanıldığı durumda anlamlı bir etkiye sahiptir (Ort. = 27.33, %95 GA [-.1844, -.0087], $p < .05$). Düşük (Ort. = 17.63, %95 GA [-.0548, .1049], $p > .05$) ve ortalama düzeyde (Ort. = 22.48, %95 GA [-.1008, .0293], $p > .05$) olumlu mantıksal kabullenme stratejisi kullanıldığı durumlarda ise bu etkinin anlamsız olduğu görülmektedir. Şekil 2’de farklı düzeyler için etkisi sunulmaktadır.



Şekil 2. Olumlu mantıksal kabullenme stratejisinin durumsal etkilerine dair sonuçlar

Şekil 2 incelendiğinde, farklı düzeyde olumlu mantıksal kabullenme stratejisini farklı düzeyde kullanan bireylerde benlik saygısının cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki etkisinin gücü farklılaşmaktadır. Bu sonuçlara göre, yüksek düzeyde olumlu mantıksal kabullenme stratejisini kullanan kişilerde benlik saygısının cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki etkisinin daha zayıf olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda Hipotez 1 desteklemektedir.

Hipotez 2'ye yönelik yürütülen biçimlendirici etki analizinde ise benlik saygısının cerrahi olmayan estetik müdahale üzerindeki etkisinde görünüşü düzeltme stratejisinin biçimlendirici rolü incelenmiştir. Bu analizden elde edilen sonuçlar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Benlik Saygısı ile Cerrahi Olmayan Estetik Müdahale Arasındaki İlişkide Görünüşü Düzeltme Stratejisinin Biçimlendirici Rolüne Yönelik Sonuçlar

%95 Güven Aralığı						
	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>Z</i>	<i>p</i>	Düşük	Yüksek
Sabit	14.7467	5.3602	2.7511	.00	4.2408	25.2525
Benlik Saygısı (X)	-.3146	.1601	-1.9651	.04*	-.6284	-.0008
Görünüşü Düzeltme Stratejisi	-.2947	.1322	-2.2302	.02*	-.5537	-.0357
Cerrahi Olmayan Estetik Müdahale x Görünüşü Düzeltme Stratejisi (X × W)	.0067	.0040	1.6698	.09	-.0012	.0145

* $p < .05$

Tablo 4 incelendiğinde, benlik saygısının cerrahi olmayan estetik müdahaleler ($B = -.32$, $z = -1.97$, %95 GA [-.6284, -.0008], $p < .05$) ve görünüşü düzeltme stratejileri üzerinde anlamlı etkilere ($B = -.30$, $z = -2.23$, %95 GA [-.5537, -.0357], $p < .05$) sahip olduğu görülmektedir. Ancak, cerrahi olmayan estetik müdahaleler ve görünüşü düzeltme stratejisinin benlik saygısı üzerindeki ortak etkisinin anlamlı olmadığı bulunmuştur ($B = .01$, $z = 1.67$, %95 GA [-.0012, .0145], $p > .05$). Bu bulgular doğrultusunda, benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahaleler arasındaki ilişkide görünüşü düzeltme baş etme stratejisinin biçimlendirici bir rolü olmadığı belirlenmiştir. Sonuç olarak, Hipotez 2 desteklenmemektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışmada bireyin benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale deneyimi arasındaki ilişkide olumlu mantıksal kabul ve görünüşü düzeltme beden imgesi baş etme stratejilerinin rolünün incelenmesi hedeflenmiştir. Yapılan analiz sonucunda benlik saygısı ile olumlu mantıksal kabullenme

stratejisi arasında pozitif yönde bir ilişki ve benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale deneyim arasındaki ilişkide olumlu mantıksal kabul beden algısı stratejisinin biçimlendirici rolü bulunmuştur. Buna göre yüksek düzeyde mantıksal kabul stratejisi kullanan bireyler bu ilişki zayıflamaktadır. Diğer yandan, benlik saygısı ve görünüşü düzeltme stratejisi arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunurken benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale deneyim arasındaki ilişkide bu stratejinin biçimlendirici rol oynamadığı görülmüştür.

Önceki çalışmalar, yüksek benlik saygısına sahip ve kendini koşulsuz kabul eden bireylerin yaşamdan memnuniyetinin yüksek olması ve depresyon, kaygı düzeyinin düşük olduğu belirtmektedir (Chamberlain ve Haaga, 2001: 171). Bu durumda, benlik saygısı yüksek kişilerin bedenini sahip olduğu gibi kabul etme eğilimi artacaktır. Olumlu mantıksal kabul baş etme stratejisi daha olumlu bir beden algısı, daha yüksek bir yaşam kalitesi ve benlik saygısı ile ilişkili bulunmuştur (Smith-Jackson vd., 2011: 336). Ayrıca, olumlu mantıksal kabul stratejisinin beden imajı endişeleri ve depresyon belirtileri arasındaki ilişkiyi tamponladığı belirtilmiştir (Choma ve diğerleri, 2009:705). Bu çalışmada da benzer biçimde, olumlu mantıksal kabulün düşük benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale arasındaki ilişkiyi tampedildiği söylenebilir. Yüksek düzeyde olumlu mantıksal kabul stratejisi kullanan bireylerin genel uyum sağlama ve olumlu duygusal düzenleme stratejilerini sahip olduğu araştırma sonucu (Hughes ve Gullone, 2011) göz önüne alındığında bu kişilerin benliklerine dair olumsuz değerlendirmelerini var olduğu gibi kabul etmesi ve daha az estetik müdahaleye başvuracağı düşünülmektedir.

Düşük benlik saygısına sahip kişilerin daha fazla estetik müdahaleye başvurduğu belirlenmiştir (Furnham ve Levitas, 2012; e49, Farshidfar vd., 2013: 239). Beden imgesine yönelik memnuniyetsizlik yaşayan bireylerin görünüşü düzeltme stratejisi ile bu rahatsızları gidermeye yönelik davranışlar sergilemektedir. Benlik saygısı düşük kişilerin bedeninde değişim yapmak üzere görünüşü düzeltme stratejisini kullanma ihtimali artmaktadır (Cash vd., 2005; Rollero vd., 2022: 19) Benzer biçimde, önceki çalışmalarda bu stratejinin kullanımı ile cerrahi estetik müdahale arasındaki pozitif yöndeki ilişkiyi desteklemektedir (Callaghan vd., 2011: 268). Sonuç olarak, uyumsuz bir baş etme stratejisi olan görünüşü düzeltme yoluyla baş etme stratejisinin beden algısı ve beden saygısı için potansiyel risk taşıdığı söylenebilir. Benzer biçimde, bu stratejiyi yüksek düzeyde kullanmanın benlik saygısını olumsuz etkilediği ve yeme bozukluklarını arttırabileceği belirtilmektedir (Cash vd., 2005). Mevcut araştırmanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen biçimlendirici etki analizinde ise görünüşü düzeltme stratejisinin anlamlı bir rolü olmadığı belirlenmiştir. Bu strateji yüksek düzeyde kullanan kişilerde benlik saygısı ile cerrahi olmayan estetik müdahale arasındaki ilişkinin daha kuvvetli olması beklenmiştir. Ancak bu hipotez desteklenmemiştir.

Çalışmanın örnekleminin üniversite öğrencilerinden ve kadın baskın bir örneklemden oluşması sonuçların genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Aynı çalışmanın farklı yaş grubunda ve ayrıca eşit cinsiyet dağılımına sahip örneklerde test edilmesi gelecek çalışmalar için önerilebilir. Önceki araştırmalar kadınların estetik müdahaleler daha fazla ilgi gösterdiğini ve erkeklere oranla daha sık

yaptırdıklarını göstermiştir (Brown vd., 2007; Swami vd., 2009; Callaghan vd., 2011). Kadınların estetik müdahalelere yönelik bu genel ilgisi de çalışmaya katılmada motive edici bir faktör olabilir. Bunun yanında son yıllardaki nesneleştirilmiş medya modellerini izlemek kadınların beden memnuniyetsizliğini önemli ölçüde etkilediği (Rollero, 2013:380) bulgusu göz önüne alındığında bireyin ruhsal sağlığını korumasında benlik saygısının ve baş etme stratejilerinin rolü önem kazanmaktadır. Ayrıca kullanılan baş etme stratejileri açısından kadın ve erkekler arasında farklılıklar olduğunu belirten çalışmalar da bulunmaktadır. Beden memnuniyetsizliğinin, kaçınma ve görünümü düzeltme baş etme stratejisinin kullanımıyla ilişkili olduğunu destekleyen çalışmada kadınların erkeklerden farklı olarak her üç başa çıkma stratejisini daha sık kullanma eğiliminde oldukları bulunmuştur (Cash vd., 2005: 194). Bu nedenle, gelecek çalışmalarda erkek ve kadınların karşılaştırmalı olarak ele alınması ve stratejileri kullanmada bir farklılaşma olup olmadığı incelenebilir.

Belirtilen sınırlılıklara rağmen, mevcut çalışma beden algısı baş etme stratejilerinin ve benlik saygısının estetik müdahaleleri tercih etmeyi açıklayan ruhsal boyutlarını anlamamıza önemli bir katkı sağlayacaktır. Estetik uygulamalar her geçen gün daha ulaşılabilir ve popüler hale geldikçe ve görünüm ideallerinin sosyal standartlarını karşılamının gerçekçi ve kolay bir yolu olarak tasvir edildikçe, genç erişkinlerde benlik saygısının ve beden algısını geliştirme çabalarının işlevsiz bir yolu olarak tercih edilmesi muhtemel olabilir. Buna karşın özellikle ergenlik, genç erişkinlik gibi belirli yaş evrelerinde bireylere uyumlu ve işlevsel baş etme stratejilerini kazandırmak üzere psikoeğitim veya destekleyici programlar sunulması yapılandırılabilir. Bu programlarda, olumlu kabul stratejisi gibi uyumlu baş etme stratejilerinin gelişimi çeşitli uygulamalar ve rol modeller aracılığıyla artırılabilir.

KAYNAKÇA

- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55, 469–480.
- Baumeister, R. F. (2001). Violent Pride. *Scientific American*, 384(4), 96–101.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles? *Psychological Science in the Public Interest*, 4(1), 1-44.
- Barone, M., Cogliandro, A., Di Stefano, N., Tambone, V., & Persichetti, P. (2016). A systematic review of patient-reported outcome measures after rhinoplasty. *European Archives of Oto-Rhino-Laryngology*, 274(4), 1807-1811. doi:10.1007/s00405-016-4359-9
- Brown, A., Furnham, A., Glanville, L., & Swami, V. (2007). Factors That Affect the Likelihood of Undergoing Cosmetic Surgery. *Aesthetic Surgery Journal*, 27, 501-508. <http://dx.doi.org/10.1016/j.asj.2007.06.004>
- Callaghan, G. M., Lopez, A., Wong, L., Northcross, J., & Anderson, K. R. (2011). Predicting consideration of cosmetic surgery in a college population: A continuum of body image disturbance and the importance of coping strategies. *Body Image*, 8(3), 267-274. doi:10.1016/j.bodyim.2011.04.002
- Chamberlain, J. M., & Haaga, D. A. (2001). Unconditional self-acceptance and psychological health. *Journal of Rational-Emotive and Cognitive-Behavior Therapy*, 19(3), 163-176.
- Choma, B. L., Shove, C., Busseri, M. A., Sadava, S. W., & Hosker, A. (2009). Assessing the role of body image coping strategies as mediators or moderators of the links between self-objectification, body shame, and well-being. *Sex Roles*, 61(9), 699-713. doi:10.1007/s11199-009-9666-9
- Cash, T.F., Pruzinsky, T. (2002). *Body image: a handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford.
- Cash, T.F., & Smolak, L. (2011). Understanding Body Images: Historical and Contemporary Perspectives. In T.F. Cash and L. Smolak. (Eds.), *Body Image. A Handbook of Science, Practice, and Prevention* (pp. 3-11). New York, NY: Guilford Press.
- Cash, T. F., Theriault, J., & Annis, N. M. (2004). Body image in an interpersonal context: adult attachment, fear of intimacy and social anxiety. *J. Soc. Clin. Psychol.* 23, 89–103.
- Cash, T. F., Santos, M. T., & Fleming Williams, E. (2005). Coping with body-image threats and challenges: validation of the Body Image Coping Strategies Inventory. *Journal of Psychosomatic Research*, 58, 191–199. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2004.07.008>
- Cash, T. F. (2011). Cognitive-behavioral perspectives on body image. In T. F. Cash, & L. Smolak. (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice and prevention (2.baskı)*, 39- 47. New York: Guilford Press.
- Cantrell, M. A., & Lupinacci, P. (2007). Methodological issues in online data collection. *Journal of advanced nursing*, 60(5), 544-549. doi: 10.1111/j.1365-2648.2007.04448.x
- Çuhadaroğlu F. (1986). Adolesanlarda Benlik Saygısı. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi.
- Doğan, T., Sapmaz, F., & Totan, T. (2011). Beden imgesi baş etme stratejileri ölçeğinin türkçe uyarlaması: geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12, 121–129.
- Doğan, A., & Cebioğlu, S. (2011). Beliren yetişkinlik: Ergenlikten yetişkinliğe uzanan bir dönem. *Türk Psikoloji Yazıları*, 14(28), 11–21.

- Farshidfar, Z., Dastjerdi, R., & Shahabizadeh, F. (2013). Acceptance of cosmetic surgery: body image, self esteem and conformity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, 238-242.
- Folkman S, Lazarus RS. (1988). Coping as a mediator of emotion. *J Pers Soc Psychol*, 54: 466 – 75.
- Furnham, A., & Levitas, J. (2012). Factors that motivate people to undergo cosmetic surgery. *Canadian Journal of Plastic Surgery*, 20(4), e47-e50.
- Franko, D. L. & Striegel-Moore, R. H. (2002). Body image issues among girls and women. *Body image: A handbook Of Theory, Research, and Clinical Practice*, 183-191.
- George, D., ve Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. (4. baskı.). Boston: Allyn & Bacon.
- Green, S. P., & Pritchard, M. E. (2003). Predictors of body image dissatisfaction in adult men and women. *Social Behavior and Personality*, 31, 215-222. <https://doi.org/10.2224/sbp.2003.31.3.215>
- Grogan, S. (2016). *Body image. Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* London, UK: Routledge.
- Hayes, A. F., Montoya, A. K., & Rockwood, N. J. (2017). The analysis of mechanisms and their contingencies: PROCESS versus structural equation modeling. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 25(1), 76-81.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (2.baskı)*. Guilford Publications: New York.
- Hajiablo, K., Hallajzadeh, H., & Masoudnia, E. (2018). Comparison of social capital among the two groups of women with a history of cosmetic surgery and without performing cosmetic surgeries in Rasht. *Journal of Applied Sociology*, 29(4), 167-182.
- Hughes, E. K., ve Gullone, E. (2011). Emotion regulation moderates relationships between body image concerns and psychological symptoms. *Body Image*, 8(3), 224-231. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.04.001>
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (2020). (29.08.2022 tarihinde <https://www.isaps.org/> adresinden alınmıştır.
- Jones, T. A. (1969). Skewness and kurtosis as criteria of normality in observed frequency distributions. *Journal of Sedimentary Research*, 39(4), 1622-1627.
- Lunde, C. (2013). Acceptance of cosmetic surgery, body appreciation, body ideal internalization, and fashion blog reading among late adolescents in Sweden. *Body Image*, 10, 632–635.
- Markey, C. N., & Markey, P. M. (2009). Sociocultural correlates of young women's desire to obtain cosmetic surgery: Sex Roles. *A Journal of Research*, 61, 158–166. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9625-5>
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill
- Nugent, K. (2009). Cosmetic surgery on patients with body dysmorphic disorder: Cutting the tie that binds. *Developments in Mental Health Law*, 28(2), 77-104.
- Orth, U., Trzesniewski, K. H., & Robins, R. W. (2010). Self-esteem development from young adulthood to old age: a cohort-sequential longitudinal study. *Journal of personality and social psychology*, 98(4), 645.
- O’dea, J. A. (2004). Evidence for a self-esteem approach in the prevention of body image and eating problems among children and adolescents. *Eating Disorders*, 12(3), 225–239.

- Pals, J. L. (1999). Identity consolidation in early adulthood: relations with ego-resiliency, the context of marriage, and personality change. *Journal of Personality*, 67(2), 295-329.
- Pelham, B. W., & Swann, W. B. (1989). From self-conceptions to self-worth: On the sources and structure of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(4), 672.
- Rollero, C. (2013). Men and women facing objectification: The effects of media models on well-being, self-esteem and ambivalent sexism. *Revista de Psicología Social*, 28(3), 373-382. doi: 10.1174/021347413807719166
- Rollero, C., Leon, C. M., Martini, M., & De Piccoli, N. (2022). Enjoyment of Sexualization in Men and Women: Relationships with Ambivalent Sexism and Body Image Coping Strategies. *Sexuality & Culture*, 1-19.
- Rosenberg, M. (1965). *Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES)*. APA PsycTests.
<https://doi.org/10.1037/t01038-000>
- Sarwer, D. B., & Crerand, C. E. (2004). Body image and cosmetic medical treatments. *Body Image*, 1(1), 99-111
- Slevec, J., & Tiggemann, M. (2010). Attitudes toward cosmetic surgery in middle-aged women: Body image, aging anxiety, and the media. *Psychology of Women Quarterly*, 34(1), 65-74.
- Smith, E. R., & Mackie, D. M. (2007). *Social Psychology*, (3rd ed). Hove: Psychology Press.
- Smith-Jackson, T., Reel, J. J., & Thackeray, R. (2011). Coping with “bad body image days”: Strategies from first-year young adult college women. *Body Image*, 8(4), 335-342.
- Swami, V. (2009). Body appreciation, media influence, and weight status predict consideration of cosmetic surgery among female undergraduates. *Body Image*, 6, 315–317.
- The Aesthetic Society Aesthetic. (2021). Plastic Surgery National Databank STATISTICS diseases. (30.08.2022, tarihinde <https://cdn.theaestheticsociety.org/media/statistics/2021-TheAestheticSocietyStatistics.pdf> adresinden alınmıştır.)
- Von Soest, T., Kvaalem, I. L., Skolleborg, K. C., & Roald, H. E. (2006). Psychosocial factors predicting the motivation to undergo cosmetic surgery. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 117(1), 51-62.

Geliş Tarihi:
20.09.2022
Kabul Tarihi:
30.11.2022
Yayımlanma Tarihi:
31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Şehirli, M., & Erdoğan, C. (2022). Tüketici davranış modelleri çerçevesinde kayıp müşterilerin terk etme nedenleri ve geri dönme niyetleri üzerine bir ölçek çalışması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1442-1469. doi: 10.46928/iticusbe.1176960

TÜKETİCİ DAVRANIŞ MODELLERİ ÇERÇEVESİNDE KAYIP MÜŞTERİLERİN TERK ETME NEDENLERİ VE GERİ DÖNME NİYETLERİ ÜZERİNE BİR ÖLÇEK ÇALIŞMASI



Araştırma

Mustafa Şehirli  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Yönetim Organizasyon Bölüm Başkanı

mustafa.sehirli@sbu.edu.tr

Cahit Erdoğan  

Turkcell Global Bilgi Genel Müdür Yardımcısı

Cahite@gmail.com

Mustafa Şehirli Sağlık Bilimleri Üniversitesinde Dr.Öğr.Üyesi olarak görev yapmaktadır. Çalışma alanı pazarlamadır. Pazarlama dışında insan kaynakları, ekonomi, satış konularında dersler vermektedir. Öncesinde uzun yıllar ağırlıklı otomotiv olmak özel sektör tecrübesi edinmiştir. İTÜ İşletme Mühendisliği (Lisans), Marmara Üniversitesi Ortadoğu Enstitüsü İktisat (Y.Lisans) ve Maltepe Üniversitesi SBE İşletme (Doktora) mezunudur.

Cahit Erdoğan, İTÜ Elektrik ve Haberleşme Mühendisliğinden mezun olduktan sonra Bahçeşehir Üniversitesinde MBA yapmıştır. Halen Yeditepe Üniversitesinde doktora çalışmalarını sürdürmektedir. Halen Turkcell Global Bilgide GMY olarak görev yapmakta olan Cahit Erdoğan öncesinde Türk Telekom ve Turkcell'de yöneticilikler yapmıştır.

TÜKETİCİ DAVRANIŞ MODELLERİ ÇERÇEVESİNDE KAYIP MÜŞTERİLERİN TERK ETME NEDENLERİ VE GERİ DÖNME NİYETLERİ ÜZERİNE BİR ÖLÇEK ÇALIŞMASI

Mustafa Şehirli
mustafa.sehirli@sbu.edu.tr
Cahit Erdoğan
cahite@gmail.com

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı müşteri kayıplarının büyük bir sorun olduğu günümüz ekonomisinde şirketler için yeni bir başarı göstergesi olarak adlandırılabilir bir derecelendirme ölçütü geliştirmektir. Böylece müşterilerin bir şirketi ya da markayı neden terk ettikleri daha iyi anlaşılabilir.

Yöntem: Bu amaçla terk etme ya da hizmet alınan şirketi değiştirme davranışının en çok gerçekleştiği sektörlerden birisi olan günlük araç kiralama sektöründe bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonrasında terk etme davranışının bileşenlerini en doğru şekilde temsil edecek bir ölçek, klasik müşteri davranış modellerinden birisi olan CAB (Cognitive-Biliş, AffectiveDuyuş, Behavioral-Davranış) Modeli çerçevesince geliştirilerek sınanmış ve doğruluğu ispatlanmıştır. Türkiye'deki günlük araç kiralama sektörünün en büyük markalarının kayıp müşterilerinden 201 tanesiyle Nisan-Mayıs 2021 döneminde çevrimiçi anketler gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Geçerli ve güvenilir olduğu tespit edilen ölçekte, bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere 3 faktör ortaya çıkmıştır. İlk faktör olan bilişsel faktörler arasında fiyat düzeyi, rakiplerin varlığı ve müşterilerin kendilerine yapılan haksızlığı fark etmesi sayılabilir. İkinci faktör olan duygusal faktör genel memnuniyet yanında hissedilen duygusal bağlılık ve aidiyettir. Üçüncü faktör olan davranışsal faktörler ise deneyimden duyulan memnuniyet, tekrar geri dönmeye duyulan inanç gibi unsurlardan oluşur. Bu faktörlerin sahip oldukları ağırlıklar ölçümün yapıldığı sektör ya da şirket için müşterilerin terk etme davranışlarının doğasını anlamak için çok yararlı olabilecektir. İncelenen sektörde hizmet kalitesi, memnuniyet gibi duygusal ve/veya davranışsal faktörlerin fiyat, değiştirme maliyeti gibi bilişsel faktörlerden daha fazla etkili olduğu anlaşılmıştır.

Özgünlük: Kayıp Müşteri Ölçeği (KMÖ) olarak adlandırılan bu ölçeğin önemli farkı kayıp müşterilerin geri dönme niyeti ve negatif ağızdan ağıza pazarlama kavramlarını birarada ele almış olmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Terk Etme, Kayıp Müşteri, Yeniden Satın Alma Niyeti, Geri Dönme Niyeti, WOM (Ağızdan Ağıza Pazarlama), Bağlılık

JEL Sınıflandırması: M31, M10, M20

A SCALE STUDY ON THE REASONS FOR LOST CUSTOMERS TO SWITCH AND THEIR INTENTIONS TO RETURN WITHIN FRAMEWORK OF CONSUMER BEHAVIOR MODELS

Abstract

Purpose : This study aims to develop a rating criterion, which we can call a new success indicator for companies in today's economy where customer losses are a big problem.

Method: A scale that will most accurately represent the components of switching behavior after the sectoral research in the daily car rental sector, which is one of the sectors where the behavior of switching or changing the service company is most common, is developed, tested, and verified within the scope of CAB (Cognitive, Affective, Behavioral) model, one of the classical customer behavior models.. Online surveys were conducted with 201 lost customers of the biggest brands of the daily car rental industry in Turkey (in April-May 2021).

Findings: In the scale whose accuracy has been proven, 3 factors emerged as cognitive, sensory, and behavioral. The first factor, cognitive factors, include price level, the presence of competitors, and customers' awareness of injustice done to them. The second factor, the affective factor, is the emotional commitment and belonging felt as well as general satisfaction. The third factor, behavioral factors, consists of elements such as satisfaction with the experience, belief in returning again. The weights of these factors can be very useful for the industry or company in which the measurement is made to understand the nature of customer switching behavior. It has been understood that emotional and/or behavioral factors such as service quality and satisfaction are more effective than cognitive factors such as price and replacement cost in the sector under study.

Originality: The important difference of this scale, called the Lost Customer Scale (LCS), is that it deals with the concepts of lost customers' return intention and negative word of mouth marketing

Keywords: Marketing, Switching, Lost Customer, Repurchase Intention, Return Intention, WOM (Word of Mouth), Retention

JEL Classification: M31, M10, M20

GİRİŞ

Peppers ve Rogers (2006) ünlü kitaplarına “müşterileriniz olmazsa işiniz yoktur, hobiniz vardır” diye başlamaktadırlar. Müşteriler olmazsa elbette iş de olmaz. Şirketler varlıklarını ve devamlılıklarını müşterilere borçlular. Bununla beraber müşterileri elde tutmak günümüz iş hayatının en büyük meselelerinden biri haline gelmiştir. Çünkü, sürekli olarak değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarıyla şekillenen zorlayıcı rekabet koşullarında müşterilerin bir markadan diğerine geçişi oldukça kolaylaşmıştır (Zikiene ve Bakanauskas, 2009). İnsanlar memnun oldukları markaları bile terk edebilmektedirler (Oliver, 1999). Günümüzde artık müşteri sadakatinden bahsetmek bile pek mümkün gözükmemektedir. Bu yüzden son 20-30 yıldan beri araştırmacılar günümüz pazarlarında müşterilerin terketme davranışının şirketlerin karlılıkları ve devamlılıkları üzerindeki etkilerini tanımlamaya çalışmaktadırlar (Ganesh, Arnold ve Reynolds, 2000).

Değiştirme davranışının nedenlerinin farkında olmak bir şirket için son derece önemlidir. Çünkü ancak bu sayede ellerindeki müşterileri kaçırmamayı öğrenebilir ya da daha az sayıda müşteri kaybetmeyi başarabilir ve de kayıp müşterilerini tekrar geri kazanabilirler. Özellikle hizmet sektöründe müşteri kaybetmek şirketleri sadece ciro kabına uğratmaz, “promosyon”, “indirim” gibi uygulamalar yüzünden yeni müşteri kazanma maliyetlerini de artırabilir (Rust ve Zahorik, 1993). Ayrıca kaydedilmiş müşterilerin markaların aleyhinde konuşarak (Word of mouth --WOM etkisi) markayı başkalarına kötülemeleri son derece önemli bir risk durumundadır. Bu nedenle günümüzde müşterileri elde tutmak son derece önemsenen bir olgudur.

Müşterilerin terk etme davranışlarının pek çok çeşidi bulunmakla birlikte gönüllü ve gönülsüz terk etme olmak üzere ikiye ayrılabilir. Bir markayı memnuniyetsizlik, hizmet kalitesi, fiyat, yeni alternatiflerin oluşması, alışkanlıkların değişmesi ya da çeşitlilik ihtiyacının artması gibi nedenler gönüllü terk etme içinde yer almaktadırlar (Roos, 1999). Dolayısıyla şirketler için asıl önemli olan bilgiler de bu bilgilerdir. Diğer yandan adres değişikliği, karar verici olunmayan kurumsal alışverişler gibi gönülsüz değişiklikler de sözkonusu olmaktadır. Stok yönetimi nedeniyle gerçekleşen değişiklikler de gönülsüz değişiklikler olarak tanımlanabilir. Örneğin Amazon gelirinin %24'ünden fazlasını fiziksel mağazada aradığını bulamayan müşterilerden kazanmaktadır, perakendeciler bu nedenle 1 trilyon dolar para kaybetmektedirler (Howland, 2018).

Bir markayı terk eden müşterilerin bir kısmı geri dönerken bir kısmı da geri dönüşü asla düşünmemektedirler (Michalski, 2004). Elbette bir marka için kaybedilmiş müşteriyi tekrar kazanmak oldukça istenen bir durumdur. Böylece yeni müşteri kazanma maliyetleri azalırken aynı zamanda müşterilerin yapması muhtemel kötü reklamın (ağızdan ağıza pazarlama-WOM) da önüne geçilmiş olur. Nitekim pek çok yazara göre WOM pazarlamanın merkezini oluşturmaktadır (Silverman, 2007).

Müşteri terk davranışının önemine dair yukarıda yapılan kısa girişten sonra aşağıdaki literatür bölümünde müşteri terk davranışının kökenlerine ve etkilerine, daha önce yapılan bazı önemli çalışmalara, müşteri davranış modelleri çerçevesinde değinilecektir. Ardından daha önce uygulanmış ve çok kullanılan ölçekler üzerinden yeni bir ölçek geliştirilecek ve doğruluğu ispatlanacaktır. Son bölümde ise bu ölçeğin iş hayatı için önemine değinilirken yöneticiler için bazı önerilere yer verilecektir.

LİTERATÜR TARAMASI

Terk Etme Davranışı

Çok genel bir tanıma göre tek etme davranışı bir markayı ya da hizmet sağlayıcıyı başka bir yenisiyle değiştirmektir (Keaveney, 1995). Dolayısıyla terk etme davranışı bir marka için müşteri kaybı anlamına gelmektedir. Yani oldukça istenmeyen bir durumdur. Mittal ve Lasar'a (1998) göre elindeki hastaları tutan bir hastane ile sürekli hasta kaybeden ama yenisini kazanan başka bir hastane arasında karşılaştırma yapıldığında birincisi çok daha karlıdır. Nitekim müşteri sadakatinin önde gelen yazarlarının tümü müşterileri kaybetmeden elde tutmanın işletmelere olan yararlarını incelemişlerdir. Peppers ve Rogers (2006), müşterileri elden kaçırarak kısa dönemli karlara odaklanan firmaları ellerindeki tarlayı ilk yıllarda kimyasal ilaç ve gübrelerle sonuna kadar kullanıp sonraki yıllarda verimsizleştirerek kaybeden çiftçilere benzetmişlerdir.

Hirschman (1970) müşteri terk davranışı konusunda öncül yazarlardan birisi olarak terk etme davranışının altı farklı kökeni olduğunu ifade etmektedir. Bunlar şu şekildedir: kalitenin düşük olması, rakiplerin varlığı ve cazibesi, şikâyetlerin çözülmemesi, değiştirme maliyetleri, hizmetin algılanan değeri ve müşterilerin sadakati. Bir başka öncül yazar Keaveney (1995) daha çok açık uçlu sorularla olay analizi yaparak yukarıdaki maddeleri biraz açarak ifade etmiş ve ilave olarak fiyat, etik sorunlar ve arzu edilmeyen durumları eklemiştir. Bu konuda en çok ses getiren çalışmalardan birisi SPAT (The Switching Path Analysis Technique) modelini geliştiren Roos (1999)'a aittir. Roos terk etme nedenlerini itme (fiyat, ürün gamı, yer ve çeşitlilik), kişisel (çalışanların etkisi) ve çekme nedenleri (lokasyon, çeşitlilik vs) olarak üçe ayırmıştır. Bir diğer önemli çalışmada Michalski (2004) başka bir sektörde (bankacılık), Roos'un (1999) SPAT tekniğiyle yaptığı araştırmada yukarıdaki kökenlere ilave olarak "ilişki değeri" ve "bağlılık" gibi daha duyuşsal kavramları da eklemiştir. Özellikle bu araştırmalar daha çok yüz yüze ve açık uçlu görüşmelere üzerine kurgulanmıştır. Ancak yaklaşık 10 yıl sonra Bansal ve ark., (2005) benzer bir üçlü ayrımla daha çok sosyolojik göç davranışını modelleyerek bir terk etme ölçeği uygulamışlardır. PPM Modeli (Push-Pull ve Mooring) olarak bilinen bu modelde faktörler 3 temel başlık altında bulunur: İtme, Çekme ve Bağlama/Kişisel). Bansal ve ark., (2005) bu çalışmalarında, terk etme davranışının kökenleri aşağı yukarı aynı olmakla beraber ilginç şekilde en güçlü nedenler; kişisel nedenler yani sübjektif normlar, önceki alışkanlıklar, değişiklik arayışı ve değiştirmeye karşı tutum olarak belirlenmiştir.

Sonraki yıllarda yapılan tüm araştırmalar aşağı yukarı benzer sonuçları ortaya koymuştur (Mattal ve Lassar, 1998), (Cronin, 2009), (Tahtinen ve Halinen, 2002). Örneğin, Zhou (2016) cep telefonu mağazalarında müşteri terk davranışının önemli kökenleri arasında güven ve değiştirme engellerini bulmuştur. Mosavi, Sengari ve Keramti (2018) terk etme davranışını algılanan değer, memnuniyet, sadakat gibi kavramlar altında bütünleşik bir çerçevede ele aldıkları çalışmalarında değiştirme maliyetlerinin güçlü bir faktör olduğunu ortaya koymuşlardır. Ghasrodashti, (2018) özellikle aşağıda bahsedilen TRA (Theory of Reasoned Action) Planlı Eylem Teorisi isimli modeli ile birlikte PPM modelini de kullanarak bir çalışma yapmıştır. En önemli terk etme davranışı nedeni “Mooring” faktörler arasında sayılan tutumlar, online alışverişle ilgili sübjektif yargılar ve değiştirme maliyetleri olarak ortaya çıkmıştır. İtme (push) faktörler arasında ise en önemli faktör fiyat iken çekme (push) faktörleri arasında alternatiflerin çekiciliği ortaya çıkmıştır.

En son yapılan çalışmalardan birinde Bhatnagar, Mishra ve Bhatnagar (2019) müşterilerin sadakatsizliğin en büyük nedenleri olarak haksız uygulamaları, yerine getirilmemiş hizmeti, zayıf iletişimi/etkileşimi ve kötü imajı bulmuş; sanıldığının aksine fiyat ya da rakiplerin varlılığının sadakatsizliği çok da etkilemediğini ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde Hadi, Aslam ve Gulzar (2019) da memnuniyetin müşteri sadakatindeki etkisini vurgularken değiştirme maliyetlerinin öneminin çok fazla olmadığını tespit etmişlerdir.

Araştırmanın konusu terk etme davranışına ilişkin bir ölçek geliştirmek olduğu için daha önce bu konuda yapılmış çalışmalar yol gösterici olmuştur. Literatüre bakıldığında bu konuda en geniş değişkenle ve sistematik şekilde yapılmış araştırmalardan birisi yukarıda da belirtilmiş olan Bansal ve ark. (2005)'nin PPM modelidir. Aynı model daha önce yapılan pek çok çalışmada kullanılmıştır. Çünkü, PPM müşteri davranışlarından öte insanların tüm göç davranışlarındaki temel bakış açısidir (Jung ve ark., 2017). Örneğin, son dönemde Singh, Rosengren (2020) çevrimiçi market alışverişi sektöründe, Ghasrodashti, (2018) ev eşyası sektöründe, Li (2018) kahve zincirlerindeki mobil uygulamalar üzerinde, Jung ve ark., (2017) havacılık sektöründe PPM modeli üzerinden müşterilerin terk etme davranışlarını incelemişlerdir.

Bu modelde bulunan ve aynı zamanda terk etme davranışının temel belirleyecileri olan değişkenlere kısaca değinmek yararlı olacaktır.

Terk Etme Davranışının Kökenleri

Hizmet Kalitesi

Genel anlamda hizmet kalitesi müşterilerin beklentilerinin karşılanması için geliştirilen politikalardan doğar (Parasuraman, Zeithalm ve Berry, 1985). Zeithaml (1988) hizmet kalitesini, müşterilerin hizmetle ilgili atadıkları üstünlük ve mükemmellik derecesi olarak görür. Literatür incelendiğinden bu konuda çok farklı çalışmalar yapıldığı ancak hizmet kalitesi, memnuniyet ve

davranışsal niyet terimleri arasındaki ilişkiler üzerinde ortak bir fikir birliği bulunmadığı (Fullerton ve Taylor, 2002); kavramların bazen içiçe geçtiği görülmektedir.

Hizmet kalitesinin teknik ve fonksiyonel olmak üzere bazı çeşitleri bulunmaktadır (Mittal ve Lassar, 1998). Teknik kalite doğrudan verilen hizmeti ölçmektedir. Bir otelde odanın temizlik durumu teknik kalite örneğidir, ama çalışanların davranışları fonksiyonel kalitedir. Çünkü fonksiyonel kalite hizmetin nasıl sunulduğunu ölçmektedir.

Pek çok çalışmada müşterilerin terk etme davranışlarının en büyük nedeni hizmet kalitesi olarak ortaya çıkmıştır. Örneğin Keavaney (1995)'e göre müşterilerin bir tedarikçiyi terk etmelerinin en büyük nedeni temel hizmet kusurları ikincisi ise çalışanlardan kaynaklanan hizmet kusurlarıdır.

Memnuniyet

İş hayatının ya da pazarlamanın temelinde müşteri bulunmaktadır. Bu nedenle uzun yıllardır memnuniyet üzerine sayısız araştırma ve tanımlama yapılmıştır (Vanhamme, 2000). Kavramın önemli yazarlarından Oliver (1999)'a göre memnuniyet, müşterinin tedarikçiden dolayı yaşadığı haz ya da hoşnutsuzluğudur. Yazara göre araştırmacıların memnuniyetin temel dayanaklarını anlamaları gerekmektedir. Bununla beraber memnuniyetin pek çok belirleyicisi bulunmaktadır. Örneğin; Oliver (1993)'a göre ürün özellikleri, Sambandan ve Lord (1995)'a göre ürün bilgisi ve önceki deneyimler, Hu ve ark. (2009)'a göre yüksek hizmet kalitesi ve müşterilerde oluşturulacak yüksek değer, Terblanche ve Boshoff (2006)'a göre kişisel iletişim, alışveriş değeri, şikâyet yönetimi, mağaza içi fiziksel koşul, çeşitlilik, Athanassopoulos (2000)'a göre hizmet kalitesi (çalışanların hizmeti ve kurumsal imaj), fiyat, inovatif uygulamalar ve güven müşteri memnuniyetinin kökenleridir.

Müşteri memnuniyeti ile bağlılığı arasındaki bağın çok yüksek olduğu kabul edilmektedir. (Burnham ve ark., 2003). Yani müşteri memnuniyeti terk etmeye negatif şekilde etki ederek onu azaltmaktadır (Sambandan ve Lord,1995). Ancak memnuniyet tek başına bağlılığın ya da terkin nedeni değildir. Genellikle moderatör etkiye sahiptir. Bu konuda özellikle Mittal ve Lassar (1998)'in çalışmaları dikkat çekicidir.

Diğer yandan memnuniyetle ilgili diğer önemli kavramlar değer ve güven olarak kabul edilebilecektir. Yapılan araştırmalara göre müşteri memnuniyeti, tatmin, algılanan değer ve güvenin müşteri sadakati üzerinde doğrudan ve/veya dolaylı etkileri bulunmaktadır (Çelik ve Bengül, 2008). Memnuniyet değişkeninin içinde değer ve güven kavramları da bulunmaktadır. Değer, müşterinin gözünde beklediği ve karşılaştığı arasında yaptığı bir ürün/hizmet yararlılığı değerlendirmesidir (Zeithaml, 1988). Değer kadar önemli ve yine memnuniyet kavramıyla iç içe olan diğer bir kavram ise güvendir. Güven; bir müşterinin bir markaya duyduğu eminlik duygusudur (Dick ve Basu, 1994). Güven olmadan bir memnuniyetten bahsedilemeyecektir. Güven müşteri memnuniyetini o da moderatör olarak müşteri sadakatini etkilemektedir (Ibanez ve ark., 2006). Dolayısıyla bu

araştırmada memnuniyet ölçeği dışında ayrı bir değer ya da güven ölçeği kullanılmamış, memnuniyet kavramının güveni kapsadığı varsayılmıştır.

Bağlılık

Morgan ve Hunt (1994)'a göre bağlılıkla ayrılma isteği yani terk etme niyeti arasında negatif bir ilişki vardır. Düşük bağlılık bir ilişkiyi sonlandırmanın çok önemli bir tahmin edicisidir (Rusbult ve ark., 1983). Diğer yandan bağlılıkla ilgili yapılan çalışmalarda müşterilerin hem karakter özellikleri hem de memnuniyetle ilişkileri ortaya konulmuştur (Athanasopoulos, 2000). Yani bağlılıkla memnuniyet arasında da bir bağ bulunmaktadır. Yukarıda değinildiği üzere terk etme davranışının değişkenleri arasında sıkı bir geçişkenlik sözkonusudur.

Ancak müşteri memnuniyeti, müşteri bağlılığını açıklamada yeterli değildir (Izogo, 2013). Morgan ve Hunt (1994)'a göre memnuniyet dışında bağlılığın diğer kökenleri terk etme maliyeti, paylaşılmış değer ve güvendir.

Müşteriler arasında sadakatin geliştirilmesi için bağlılığın hayati bir önemi bulunmaktadır ve bu bağlılık çalışanlar tarafından yüksek kalitede geliştirilip uygulanabilecektir (Kaur ve ark., 2014).

Fiyat Algısı

Her ne kadar müşterilerin bir markayı terkinde fiyat; birincil etkiye sahip olmasa da (Wollan, 2012) müşterilerin markalarla olan ilişkilerinde oldukça önemli bir memnuniyet ve bağlılık değişkenidir. Khan ve ark. (2010) güvenle beraber fiyatı müşterilerin terk etme davranışındaki en etkileyici faktör olarak belirlemişlerdir. Ghasrodashti (2018)'nin çalışmasında da benzer bir durum ortaya çıkmıştır.

Bu konuda yapılan pek çok araştırmada bu gerçek ortaya konulmuştur. Müşteri terk davranışıyla fiyat arasındaki en geniş araştırmalardan birisini yapan Keavaney (1995)'e göre fiyat müşteri terk davranışının üçüncü önemli etmenidir. Müşterilere farklı ve adaletsiz fiyat uygulanması hem memnuniyetsizliğe hem de müşteri terk davranışına neden olmaktadır (Anton, Camarero, & Carrero, 2007).

Fiyat algısal bir kavramdır (Zeithaml, 1988). Nitekim Mittal ve Lasar (1998) da fiyat ile müşteri sadakati arasında bir bağ olduğunu ortaya koymuşlardır.

Değiştirmeye Yönelik Tutum

Oliver (1999) müşteri terk davranışının tam olarak anlaşılabilmesi için tutum ve niyetleri de anlamak gerektiğini ifade etmektedir. Pazarlama bilimi, psikoloji biliminin uygulama alanı bulduğu en etkili alanlardan birisidir. Özellikle müşteri davranışlarını açıklarken kişilik, tutum, bilinçaltı gibi kavramlar giderek daha fazla sayıda araştırmaya konu olmaktadır. Terk etme davranışı için de insanların yenilik peşinde olmaları ya da değişime karşı gösterdikleri tepki gibi tutumsal faktörler son derece önemlidir. Nitekim PPM Modelinin ilk ortaya konulduğu çalışma dahil pek çok çalışmada

psikolojik faktörlerin (mooring faktörler) en etkili faktörler olarak bulunduğunu belirtmek gerekmektedir.

Subjektif Normlar

Subjektif norm kavramı müşterileri etki altında bırakan, başka insanları ve sosyal çevreyi ifade etmektedir. Bu değişken bazı araştırmalarda müşterilerin davranışları üzerinde çok az bir etkiye sahip olarak belirlenmiş (Ajzen, 1991) olsa da sübjektif normların müşteri terk davranışında çok güçlü bir etkiye sahip olduğunu ortaya koyan, Bansal ve Taylor (1995), Bansal ve Shirley (1999), Ghasrodashti, (2018) gibi araştırmalar da bulunmaktadır. Fakat bu etki çoğunlukla dolaylı yani moderatör bir etki olarak kabul edilmektedir (Bansal ve Taylor, 2002).

Değiştirme Maliyeti

Değiştirme/terk etme maliyeti bir müşterinin bir tedarikçiden diğerine geçmesiyle ilgili katlandığı maliyetlerdir (Burnham ve ark., 2003). Bunlar müşterilerin başka marka ya da tedarikçi bulmak için harcadıkları emek, zaman ve araştırma maliyetleridir (Brush ve ark., 2012). Değiştirme maliyetleri (switching costs) pazarlama literatüründe terk etme konusunda en çok değinilen kavramlardan birisidir. Değiştirme maliyetleri sadece eylem gerçekleştiği zaman ortaya çıkmayabileceği gibi aynı zamanda sadece maddi ya da ekonomik de değillerdir (Chen ve Wang, 2009).

Zikiene ve Bakanauskas (2009)'a göre bazı terk etme maliyetleri şu şekilde sıralanabilmektedir:

- Ekonomik maliyetler: Sadakat programlarından sağlanacak faydanın kaybı dahil tüm kayıplardır.
- Araştırma ve değerlendirme maliyetleri: Müşterilerin araştırma ve değerlendirme harcadıkları zaman ve emeklerdir.
- Öğrenme maliyetleri: Yeni kullanılmaya başlanan bir araca alışkanlık kazanma sürecidir.
- Psikolojik maliyetler: Müşterinin ilgisizliği, edilgenlik, atalet, alışkanlıklarla oluşmuş davranışlar, motivasyon eksikliği gibi maliyetlerdir.

Müşterilerin değiştirme maliyetlerini; ürünlerin karmaşıklığı, tedarikçilerin çeşitliliği, ürün kullanımının yaygınlığı, alternatiflerin varlığı ve daha önceki değiştirme deneyimleri etkilemektedir (Burnham ve ark., 2003). Yazarlara göre ürünlerin karmaşıklığı artıkça üç tür (prosedürel, finansal ve ilişkisel) değiştirme maliyeti de artar, örneğin memnuniyet artıkça değiştirme maliyeti artar. Bu aynı zamanda sadakati de artıran bir durumdur. Yani değiştirme maliyetleri, özellikle memnuniyetin yüksek olduğu durumlarda sadakati artırıcı bir etkiye sahiptir (Fornell, 1992; Tsai ve ark., 2010; Zhang ve ark., 2012; Jahanzeb ve ark., 2011).

Değiştirme maliyetlerinin etkisini etkileyen memnuniyet dışında, müşterilerin yüksek bağlılığı durumunda değiştirme maliyetlerinin sadakate olan etkisi yüksekken, zayıf bağlılık durumunda bir etkisi bulunmamaktadır (Zhang ve ark., 2012).

Carrasco ve Foxall (2006: 233)'a göre müşteriler; sosyal, güvene dayalı ve özel davranılma gibi (ilişkisel bir fayda) pozitif terk etme engelleri olması durumunda negatif engel olması durumuna göre daha yüksek bir terk etme maliyeti hissetmektedirler. Bu durumda müşterileri sadık kılmak için, özellikle hizmet sektöründe ilişki temelli pozitif engeller oluşturmak en doğru yöntem olabilecektir.

Çeşitlilik Arayışı

Çeşitlilik arayışı da aynen tutum gibi daha çok psikolojik bir kavramdır. Pazarlama literatüründe marka terkinin bir nedeni olarak müşterilerin sıkılıp başka markalara geçme isteğidir (Hemetsberger, Kittinger-Rosanelli ve Freidmannk, 2009). Dolayısıyla çeşitlilik arayışı ne kadar yüksekse müşteri terk davranışının o kadar çok olması beklenebilir. Özellikle tatminlik sorunu yaşayan insanların daha fazla arayış içine girmesi ve sıklıkla sadakatsiz davranmaları çok olağan olacaktır. İnsanlar pozitif duygulardan daha çok negatif duygular içinde olduklarında daha fazla çeşitlilik arayışı içine girerler (Chuang ve ark., 2008). Zikiene ve Bakanauskas (2009)'a göre bir insan aldığı hizmet ya da üründen sıkılmışsa, bıkmışsa çeşitlilik arayışı içine girecektir. Fakat bir müşterinin çeşitlilik arayışına girmesi için illa duygusal bir tetikleme de gerek yoktur. Yüksek dürtülenme düzeyine sahip müşteriler sırf farklılıkları keşfetme tutkularını hayata geçirmek için bile çeşitlilik arayışına girerler (McAlister ve Pessemier, 1982; Jiang ve ark., 2014). Bu yüzden çeşitlilik arayışı yüksek müşterilere farklı hizmetleri sunmak veya ürün çeşitlemesine gitmek terk etme davranışının önüne geçebilir (Carrasco ve Foxall, 2006).

Alternatiflerin Çekiciliği

Pazarda rakip firmaların, alternatif hizmet ve ürünlerin artması terk etme davranışını artırırken sadakati azalmaktadır (Hermes ve ark., 2012; Chen ve Wang, 2009; Calvo-Porrall ve Levy-Mangin, 2015). Alternatiflerin çekiciliği bağlılığın bir diğer tahmin edicisidir (Sung ve Choi, 2010). Keavaney'in (1995) çalışmasında müşterilerin terk davranışlarının nedenleri içinde rakiplerin çekiciliğinin oranı yüzde 10'dur. Yazara göre alternatiflerin çekiciliğiyle gerçekleşen terkin, kişisel ilişkiler (rakip çalışanın çok iyi davranışı), güvenilirlik (randevu saatine uyum) ve yüksek kalite (fiyatı pahalı bile olsa) gibi çeşitleri vardır.

Buraya kadar ele alınan değişkenler yukarıda bahsedilen modelde kullanılan değişkenlerdir. Bu araştırmada geliştirilecek ölçeğe iki ilave değişken daha eklenecektir. Bunlar "Geri Dönme Niyeti" ve "WOM (word of mouth) Etkisi"dir. Bu iki değişkenin ikisi de terk etme davranışının sonucunda ortaya çıkan ama nedenlerin niteliğinden de etkilenebilecek değişkenlerdir. Bu yüzden terk etme davranışını niteleme özelliğine sahiptirler.

Ağızdan Ağıza (WOM) Pazarlama

WOM, tüketici davranışlarını ve ürünlere yaklaşımları belirlemede merkezi bir etkiye sahip müşteriler arasındaki pazarlama bilgi alışverişidir (Huete-Alcocer, 2017). Bu bilgi alışverişinin

müşteri yaşam değerini iki katına çıkardığı iddia edilir (Villanueva, Yoo ve Hanssens, 2008). Bazı yazarlara göre diğer tüm medya kanallarından daha etkilidir. (Dutta, Verma ve Bhat, 2019). Diğer yandan geleneksel kanalların WOM üzerine etkilerinin çok az olduğu söylenebilir. Örneğin, reklamların WOM üzerindeki etkisi ortalama olarak %1 düzeyinde iken, en yüksek olduğu etkiler bile %5'i geçmemektedir (Lovett ve ark., 2019). Yani insanlar genellikle reklamlardan etkilenerek bir markayı başkalarına anlatmazlar. İnsanların WOM yapmak adına etkilendikleri en önemli etmen markayla ilgili yaşadıkları deneyimlerdir. Dolayısıyla muhtemel kötü bir deneyim sonrası bir markayı terk etmiş olan müşteri diğer insanlar üzerinde olumsuz bir iz bırakacaktır. Çünkü terk etme eyleminden sonra müşterilerin başka insanlarla bu konuda iletişime geçmeleri beklenir (Oliver 1980). Bu nedenle WOM terk etme davranışı ardından ortaya çıkan en etkili sonuç olduğu ve de terk etme nedenlerinin etkisini ifade ettiği için mutlaka terk etme davranışını ifade eden değişkenler arasında yer almalıdır.

Geri Dönme Niyeti

Terk etme davranışının ardılı olarak dikkate alınabilecek en önemli değişken, geri dönme niyetidir denilebilir. Çünkü bir markayı terk eden müşterinin tekrar geri dönüp dönmeyecek olması markanın uğrayacağı kayıpları çok etkilemektedir. Terk davranışının birincisi “toplam” (total), diğeri ise parçalı (partial) olmak üzere iki çeşidi bulunmaktadır. “Toplam” ile ilişkinin tamamen bitirildiği ve bir daha başlamasına yönelik herhangi bir niyetin olmadığı durum kastedilmektedir (Michalski, 2004). Yapılan başka bir araştırmada geri dönmeyi düşünen müşterilerin, düşünmeyenlerden 3 kat daha fazla olduğu ortaya konulmuştur (Roos, 1999). Bu durumda müşteriler markayı terk etseler bile en azından geri dönüşlü şekilde terk etmektedirler denilebilir. Terk etme davranışının sonrasında ortaya çıkabilecek en olumlu durum müşterilerin tekrar geri dönmeleri, markanın tekrar eski müşterisini kazanmasıdır.

CAB ve Bazı Tüketici Davranış Modelleri

Tüketici davranışlarını açıklarken kullanılan temel modellerden birisi CAB (Cognitive-Affiate-Behavior) modelidir (Holbrook, 1986). CAB İngilizce bir kısaltmadır. “Cognitive- Bilişsel”, Affect-Duygusal” ve “Behavior- Davranışsal” kelimelerinden oluşur. Bir davranışın ortaya çıkmadan önce bilginin oluştuğu, onun bir duyguya duygunun da davranışa neden olduğu varsayılmaktadır. Bazı çalışmalarda klasik öğrenme hiyerarşisi olarak da tanımlanan CAB modeli (Liu, Segev ve Villar, 2017) temel olarak bilgi, duygu ve davranışı tutumun ABC’si olarak kabul etmektedir (Schiffman ve Kanuk, 1997). Bu modele göre tüketiciler ürün ve hizmetler hakkında bazı bilgiler ve bu bilgilere dayanan inançlar geliştirmektedirler (bilişsel aşama). Ardından da bu inançlara göre olumlu ya da olumsuz duygulara sahip olmakta (duygusal aşama) ve sonra da bu duyguların bir dışavurumu ya da tepkisi olarak davranış sergilemektedirler (Hu ve Tsai, 2009), (Solomon, 1997).

CAB Modeline ilave olarak tüketici davranışlarını tutum gibi insani faktörlerle açıklayan diğer önemli modeller Fishbein ve Ajzen (1975)'in TRA (Theory of Reasoned Action) yani Gerekçeli Eylem Teorisi ve ondan Ajzen (1991) tarafından türetilmiş olan TPB (Theory of Planned Behavior) Planlı Davranış Teorileridir. Bu teorilerin kökeninde kişisel motivasyonlar ve niyetler bulunmaktadır.

Müşterilerin terk etme davranışlarına ilişkin araştırmada ortaya çıkan faktörlerin tutumlarla ve onların aşamalarıyla paralel çıkması oldukça isabetli olmuştur. Yani bir nedenden ötürü bir marka hakkında olumsuz bir bilgilenme ya da deneyim yaşayan müşteri o marka hakkında öncelikle olumsuz bir inanca ya da yargıya varır, örneğin hakkının yendiğini, aldatıldığını ya da kendisine değer verildiğini düşünür (bilgi aşaması). Ardından bu yargıyı incinmek, küsmek, değersiz hissetmek gibi olumsuz bir duygulanım izler (duyuş aşaması). Son aşama olan davranış aşamasında ise terk etme ya da şikâyet etme vb. davranışlar ortaya çıkar (davranış aşaması). Araştırmada geliştirilip sınınanan ölçeğin faktörleri bu 3 aşamayı ifade etmektedir.

METODOLOJİ

Yukarıda da değinildiği üzere araştırma modeli kurulurken ağırlıklı olarak Bansal, Taylor ve James (2005)'in PPM modeliyle, Roos (1999) ve Michalski (2004)'nin kullandıkları üçlü ayrıştırma modellerinden yararlanılmıştır. Yukarıda da değinildiği üzere son dönemde müşterilerin terk etme davranışı üzerinde yapılan araştırmalar incelendiğinde Bansal ve ark., (2005)'in göç modelinin (PPM-Pull Push Mooring) en çok kullanılan modellerden birisi olduğu görülmektedir.

Literatür taramasındaki bilgiler doğrultusunda söz konusu modellerdeki bazı değişkenler çıkarılmış, bazıları birleştirilmiş, terk etme davranışı ile doğrudan ilişkili olduğu için iki tane daha değişken (WOM ve Geri Dönme Niyeti) eklenmiştir. Araştırma içinde yeni ölçeği geliştirmek amacıyla yararlanılan ölçeklerin kaynakları Tablo 1'de gösterilmektedir. Orijinal ölçeklerdeki ifadeler terk etme davranışı gerçekleşmiş olduğu için geçmiş zamana çevrilmiş, negatif ve pozitiflik yönleri dengelenmiştir. Ayrıca, ölçeklerdeki ifade sayıları azaltılmış birbirinin tekrarı olan sorular ölçeklerden çıkarılmıştır.

Tablo 1. Yararlanılan Ölçekler

Değişken	Kullanılan Ölçek
Hizmet Kalitesi	Taler and Baker (1994), Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1985)
Memnuniyet	Oliver ve Swan (1989), Patterson ve Spereng (1997), Larzelere and Huston (1980)
Bağlılık	Meyer and Allen (1991)

Fiyat Algısı	Bansal, Taylor ve James (2005)
Değiştirmeye Yönelik Tutum	Bansal and Taylor (1999)
Sübjektif Normlar	Taylor and Todd (1995)
Değiştirme Maliyeti	Colgate ve Lang (2001)
Çeşitlilik Arayışı	Trijp, Hoyer and Inman (1996) ve Easts (1993)
Alternatiflerin Çekiciliği	Ping (1993)
Geri dönme Niyeti Ölçeği:	Maxham ve Netemeyer (2002a, 2002b ve 2003)
Ağızdan Ağıza (WOM) Ölçeği	Arnett, German ve Hunt (2003)

Araştırmanın amacı özellikle hizmet sektörüne yönelik uluslararası bir terk etme davranışı derecelendirme ölçütü ve ölçeği geliştirmek olduğu için araştırma yoğun rekabetin yaşandığı günlük araç kiralama sektöründe (rent a car) gerçekleştirilmiştir. Araştırma, Türkiye'nin önde gelen 3 rent a car firmasının müşterileri üzerinde yapılmış ve firma bilgilerinin gizliliğine riyaet etmek üzere marka isimleri gizlenmiştir. Diğer yandan, müşterilerin özellikle değiştirme davranışını bizzat gerçekleştirmiş kayıp müşteriler olması oldukça önemlidir. Çünkü araştırmanın doğruluğu niyetlerden daha çok gerçekleşen davranışlara dayanmaktadır. Bu amaçla, sözkonusu firmalarla temasa geçilmiş, kendilerinin belirlemiş olduğu kayıp müşterilerin tamamıyla aşağıda belirtilen anketlerin yapılması sağlanmıştır. Bu müşterilerin hepsi kişisel verilerin korunması konusunda aranılmak için onay vermiş müşterilerdir. Anketler mail ortamında elektronik olarak 2021 yılı içinde Nisan-Mayıs ayları arasında tamamlanmıştır. Sayısı en çok ifadeyi içeren ölçeğin ifade sayısının 10 katından fazladır. Böylece anketin geçerlilik ve güvenilirliği güvence altına alınmıştır.

Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği sağlamak üzere önce ön test olarak 34 adet veri üzerinden keşifsel faktör analizi (exploratory factor analyse) yapılmış, verilerin faktör analizine uygun olup olmadıkları test edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği 0.867 çıkmıştır. $\alpha > 0.8$ olması ise anketin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bununla beraber daha yüksek güvenilirlik ve geçerlilik için ölçekten iki ifade çıkarılmış bir ifade de değiştirilmiştir.

Ön test aşamasından sonra 201 adet veri üzerinden araştırma gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizi SPSS 25 ve AMOS 18 paket programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi SPSS 25 paket programında gerçekleştirilmiş, özdeğerler, dönüştürülmüş bileşen matrisi ve soruların hangi faktörlerde yer aldıkları sunulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi ise AMOS 18 paket

programında gerçekleştirilmiş, ilgili değerlerin uygun büyüklükte olduğu tespit edilmiş ve model sunulmuştur.

BULGULAR VE YORUMLAR

Açıklayıcı Faktör Analizi

Ölçek güvenilirliği Cronbach Alpha ile sınıanmış ve $\alpha=0,912$ olarak bulunmuştur. Kaiser-Meyer-Olkin istatistiği 0,879 ve Bartlett testi $p<0,001$ olduğu için analizlere devam edilmiştir. Elde edilen Özdeğerler Tablo 2’de ve Dönüştürülmüş Bileşenler Tabloları Tablo 3’te verilmiştir:

Tablo 2. Özdeğerler

Faktör	Toplam	Varyans yüzdesi
1	6,628	47,346
2	1,299	9,28
3	1,212	8,655
4	0,913	6,523
5	0,697	4,98
6	0,631	4,51
7	0,531	3,794
8	0,494	3,526
9	0,451	3,224
10	0,314	2,245
11	0,25	1,789
12	0,22	1,574
13	0,204	1,457
14	0,154	1,097

Tablo 3. Dönüştürülmüş Bileşenler Matrisi

Soru No	Soru	Bileşen		
		1	2	3
1	Genel olarak düşündüğümde X ile yaşadığım deneyimden memnun değildim	0,871		
2	Genel olarak X 'ın hizmet kalitesinden memnun değildim			0,773
3	Genel olarak X mükemmel hizmet peşinde değildi	0,864		
4	X ile duygusal bir bağım yoktu			0,769
5	Kendimi X ailesinin bir parçası olarak hissetmedim			0,786
6	X 'a ödediğim ücret diğer araç kiralama firmalarıyla kıyaslandığında oldukça yüksekti	0,608		
7	Geçmişini düşündüğümde benim için X 'ı bırakarak başka araç kiralama firmasına gitmek oldukça iyi fikirdi	0,59		
8	Geçmişini düşündüğümde benim için X 'ı bırakarak başka araç kiralama firmasına gitmek istediğim bir durumdu	0,574		
9	Görüşlerine değer verdiğim insanlar bana başka şirkete gitmem konusunda tavsiyede bulundular	0,723		
10	X 'ı değiştirmek için çok zaman ve para harcamam gerekmedi	0,756		
11	Diğer araç kiralama firmaları ile karşılaştırdığımda diğerleri, X 'dan daha dürüst ve adildi	0,501		
12	Genel olarak düşündüğümde diğer araç kiralama firmalarının bana sağlamış olduğu faydalar daha fazlaydı	0,692		
13	Gelecekte hizmet almak için mecbur kalmadıkça X 'ı asla tercih etmeyeceğim/ kullanmayacağım		0,681	
14	Tanıdık ve arkadaşlarımla sohbet ederken, konu X ile ilgili olmasa bile kendiliğimden X 'ı olumsuz bir şekilde gündeme getiriyorum		0,693	

Dönüştürülen bileşenlere baktığımızda bileşenlerin üç faktör altında toplandığı görülmektedir. Soru numaralarına göre faktör dağılımları Tablo 4'te bulunmaktadır.

Tablo 4. Soruların Faktörlere Göre Dağılımı

Bilişsel Faktör	Davranışsal Faktör	Duygusal Faktör
İfade 6	İfade 1	İfade 2

İfade 7	İfade 3	İfade 4
İfade 8	İfade 13	İfade 5
İfade 9	İfade 14	
İfade 10		
İfade 11		
İfade 12		

Soruların ifadeleri ve hangi faktör içinde olduklarını ise Tablo 5 ile göstermek yararlı olacaktır:

Tablo 5. Faktörlerin İçerdiği Soru İfadeleri

Bilişsel Faktör	
6	X 'e ödediğim ücret diğer araç kiralama firmalarıyla kıyaslandığında oldukça yüksekti
7	Geçmişini düşündüğümde benim için X'ı bırakarak başka araç kiralama firmasına gitmek oldukça iyi fikirdi
8	Geçmişini düşündüğümde benim için X'ı bırakarak başka araç kiralama firmasına gitmek istediğim bir durumdu
9	Görüşlerine değer verdiğim insanlar bana başka şirkete gitmem konusunda tavsiyede bulundular
10	X 'ı değiştirmek için çok zaman ve para harcamam gerekmedi
11	Diğer araç kiralama firmaları ile karşılaştırdığımda diğerleri, X 'dan daha dürüst ve adildi
12	Genel olarak düşündüğümde diğer araç kiralama firmalarının bana sağlamış olduğu faydalar daha fazlaydı
Davranışsal Faktör	
1	Genel olarak düşündüğümde X ile yaşadığım deneyimden memnun değildim
3	Genel olarak X mükemmel hizmet peşinde değildi
13	Gelecekte hizmet almak için mecbur kalmadıkça X 'ı asla tercih etmeyeceğim/ kullanmayacağım
14	Tanıdık ve arkadaşlarımla sohbet ederken, konu X ile ilgili olmasa bile kendiliğimden X 'ı olumsuz bir şekilde gündeme getiriyorum

Duygusal Faktör

2	Genel olarak X 'in hizmet kalitesinden memnun değildim
4	X ile duygusal bir bağım yoktu
5	Kendimi X ailesinin bir parçası olarak hissetmedim

İfadelerin içeriklerini incelediğimizde faktörlere genel tanımlamalar yapmamız mümkündür. Birinci faktör altında fiyat, rakiplerin ve alternatiflerin özellikleri, diğer insanların değerlendirmeleri, değiştirme maliyetleri gibi daha rasyonel ve bilişsel faktörler toplanmış durumdadır. Bu nedenle birinci faktöre “bilişsel faktör” denilebilir. İkinci faktör ise memnuniyet, yaşanan hizmet kalitesi ve sergilenmesi düşünülen bazı davranışlar bulunmaktadır. Bu nedenle bu faktöre “davranışsal” faktör denilmesi yanlış olmayacaktır. Üçüncü ve son faktör ise bağlılık ve duygusal bağ benzeri faktörlerden oluşmaktadır. Bu nedenle bu faktöre “duygusal faktör” adı verilmiştir. Böylece aslında yukarıda açıklamış olduğumuz tüketici davranışlarını açıklamada kullanılan “bilişsel”, “duygusal” ve “davranışsal” aşamalı tutum teorileri ile bir uyum söz konusudur. Bu durum terk etme davranışını ifade etmeye çalışan ölçeğin kapsayıcılığını desteklemektedir.

Ölçeğin Doğrulayıcı Faktör Analiziyle test edilmesi ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini yani bilimsel dayanağını sağlamlaştıracaktır. Bu doğrultuda analizde geçerli olacak uyum değerleri daha önceki çalışmalardan derlenmiş ve Tablo 6. da belirtilmiştir.

Tablo 6. Uyum Değerlerinin Kabul Edilebilir Düzeyleri

Uyum İndeksleri
$\chi^2/sd \leq 3$
$0.90 \leq GFI < 0.95$
$0.85 \leq AGFI < 0.90$
$0.95 \leq CFI < 0.97$
$0.05 < RMSEA \leq 0.10$

Kaynak: (Anderson ve Gerbing, 1984; Byrne, 2009; Çelik ve Yılmaz, 2013; Kline, 2011; Meydan ve Şeşen, 2015; Schermelleh-Engel, Moosbrugger, ve Müller, 2003; Tabachnik ve Fidell, 2012)

Doğulayıcı faktör analizi öncesinde dağılımın normallik testi de gerçekleştirilmiş; sonuçlar Tablo 7.de verilmiştir.

Tablo 7. Normallik Testi

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
İfade5	,000	5,000	-,111	-,644	-1,014	-2,934
İfade4	,000	5,000	,060	,348	-1,047	-3,031
İfade2	,000	5,000	,514	2,975	-,780	-2,256
İfade14	,000	5,000	,305	1,766	-,995	-2,880
İfade13	,000	5,000	,323	1,868	-1,038	-3,004
İfade3	,000	5,000	,445	2,574	-,571	-1,654
İfade1	,000	5,000	,841	4,869	-,098	-,283
İfade12	,000	5,000	-,552	-3,194	-,818	-2,366
İfade11	,000	5,000	-,076	-,439	-,780	-2,257
İfade10	,000	5,000	-,784	-4,540	-,506	-1,463
İfade9	,000	5,000	-,056	-,327	-1,065	-3,083
İfade8	,000	5,000	-,157	-,907	-1,008	-2,916
İfade7	,000	5,000	-,361	-2,091	-,810	-2,344
İfade6	,000	5,000	-,397	-2,298	-,926	-2,681

Değişkenlerden elde edilen basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerlerinin +3 ile -3 arasında olması normal dağılım için yeterli görülmektedir (Groeneveld ve Meeden, 1984; Moors, 1986; Hopkins ve Weeks, 1990; De Carlo, 1997). Bu doğrultuda Tablo 7'deki değerlere göre dağılım normal olarak kabul edilebilecektir.

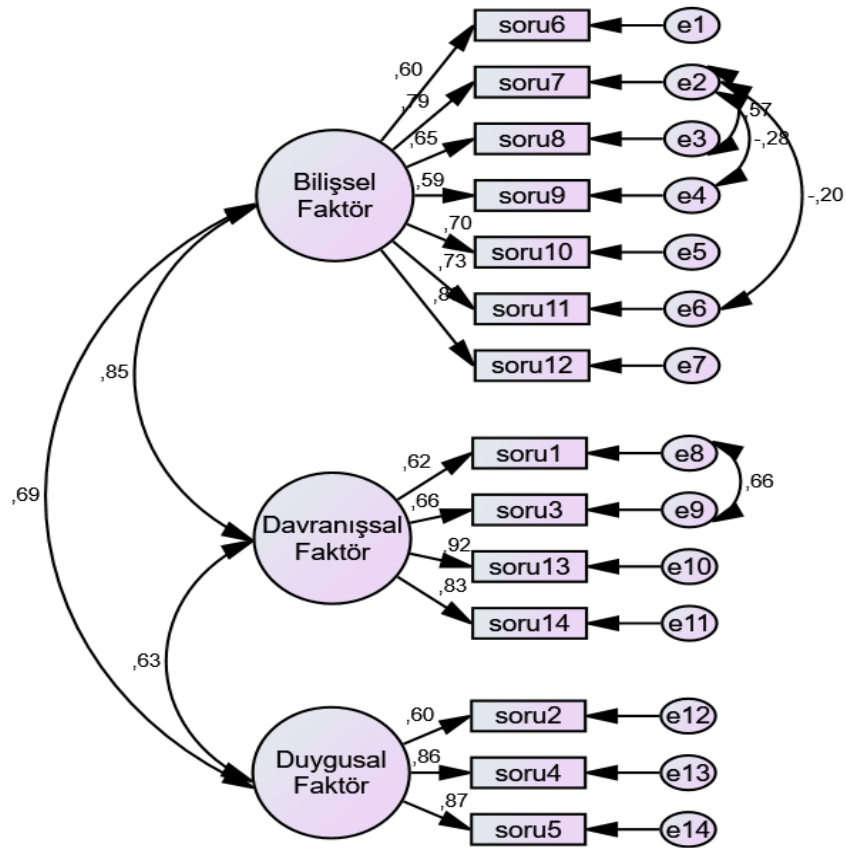
Doğrulayıcı Faktör Analizi

Tablo 8. Doğrulayıcı Faktör Analizi Verileri

Kabul Edilebilir Uyum İndeksleri	Hesaplanan Uyum İndeksleri
$\chi^2/sd \leq 3$	2,246
$0.90 \leq GFI < 0.95$	0,903
$0.85 \leq AGFI < 0.90$	0,854
$0.95 \leq CFI < 0.97$	0,950
$0.05 < RMSEA \leq 0.10$	0,079

Yapılan DFA analizinde hesaplanan tüm uyum indekslerinin kabul edilebilir uyum indekslerini sağladığı görülmektedir.

Bu doğrultuda ölçeğe ilişkin olarak elde edilen model şu şekildedir:



Şekil 1. Ölçek Modeli

Tablo 8.'de bulunan Doğrulayıcı Faktör Analizi verilerine göre Serbestlik derecesi (df)=70 Probability level<0,001 olarak bulunmuştur. Bu sebeple analizlere devam edilmiştir. Standardize regresyon ağırlıklandırmaları Tablo 9' da bulunmaktadır.

Tablo 9. Standardize Regresyon Ağırlıklandırmaları

			Std olmayan katsayı	Std katsayı	S.E.	C.R.	P
İfade6	<---	Bilişsel Faktör	1,000	,598			
İfade7	<---	Bilişsel Faktör	1,196	,793	,139	8,616	***
İfade8	<---	Bilişsel Faktör	,989	,651	,131	7,530	***
İfade9	<---	Bilişsel Faktör	,943	,587	,136	6,951	***
İfade10	<---	Bilişsel Faktör	1,170	,702	,146	8,018	***
İfade11	<---	Bilişsel Faktör	1,141	,735	,139	8,210	***
İfade12	<---	Bilişsel Faktör	1,372	,831	,153	8,971	***
İfade1	<---	Davranışsal Faktör	1,000	,617			
İfade3	<---	Davranışsal Faktör	1,090	,664	,081	13,417	***
İfade13	<---	Davranışsal Faktör	1,661	,923	,170	9,763	***
İfade14	<---	Davranışsal Faktör	1,465	,825	,159	9,236	***
İfade2	<---	Duygusal Faktör	1,000	,604			
İfade4	<---	Duygusal Faktör	1,556	,860	,176	8,845	***
İfade5	<---	Duygusal Faktör	1,544	,868	,174	8,865	***

Tüm maddelerin anlamlı olduğu görülmektedir ($p<0,01$).

Tablo 10. Ave, CR ve Güvenirlilik Katsayıları

Faktör	Ave	Cr	Güvenirlilik
Bilişsel Faktör	0,50	0,87	0,872
Davranışsal Faktör	0,59	0,85	0,871
Duygusal Faktör	0,62	0,83	0,818
Toplam	0,55	0,94	0,921

Geçerlilik Analizi

Fornell ve Larcker (1981) yapı geçerliğini incelemek amacıyla yakınsak ve ıraksak geçerlikler için her bir faktöre ilişkin oluşturulan AVE değerinin önemine vurgu yapmakta, yakınsak geçerliği için AVE değerinin 0.5’den büyük olması gerektiğini belirtmektedir. Bagozzi ve ark. (1991) yapıyı yani faktörü oluşturan tüm maddeler istatistiksel olarak anlamlı olduğunda yakınsak geçerliğin başarılı olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca CR değeri 0.7’yi aştığı takdirde AVE değeri 0.5’in altında kalsa bile yakınsak geçerliğinin kabul göreceği de ileri sürülmektedir (Huang, Wang ve Wang , 2013; Buric, Soric, Penezic, 2016). Buna göre geçerlilik sağlanmıştır.

Güvenirlilik Analizi

Cronbach’s alfa katsayısı ölçeğin güvenirlilik düzeyini vermektedir. Katsayı 0 ile 1 arasında değişmektedir. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği şu şekilde yorumlanmaktadır (Nunnally, 1967, 248).

- $.00 \leq \alpha < .40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $.40 \leq \alpha < .60$ ise ölçeğin güvenirliliği düşük,
- $.60 \leq \alpha < .80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir. Buna göre ölçeğin güvenirlilik katsayıları çok yüksektir.

Yorumlar

Bu çalışmanın amacı araç kiralama sektöründeki kayıp müşterilerin terk etme nedenlerini ortaya koymak değildir. Bununla beraber ölçekten nasıl yararlanılacağını göstermek adına elde edilen rakamları yorumlamak fayda sağlayacaktır. Araştırmanın faktör yükleri tablosu incelendiğinde terk etme davranışını açıklama gücü açısından duygusal ve davranışsal faktörlerin yüklerinin ortalaması 0,78 olarak bulunmuştur. Bilişsel faktörlerin açıklama yükleri ortalaması ise 0,63 tür. Bu bilgiden

hareketle günlük araç kiralama sektöründe insanların bir şirketi terk etme davranışı göstermiş insanların bu davranışlarının kökeninde fiyat, değiştirme maliyetleri ya da rakip firma seçeneklerinin (sanıldığından) daha az etkili olduğu, algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve duygusal bağlılığınsa daha önemli olduğu iddia edilebilir.

Araştırmada geliştirilen ölçeğin diğer ölçeklerden önemli farkı terk etme davranışının ardılları olan geri dönme niyeti ve WOM yapma niyetini de kapsama almış olmasıdır. Böylece müşterilerin terk etme davranışındaki kararlılıkları ve ileriye dönük sonuçlar hakkında da bir kestirim yapılabilmektedir. Araştırmadaki terk etmiş müşterilerin ayrıldıkları firmayı kötüleme ve geri dönmeme konusundaki kararlılıkları yani 13. 14. ifadelerin faktör yükü ortalamaları (0,685) duygusal ve davranışsal faktörler içinde en düşük ortalamalardır. Buradan hareketle müşterilerin her ne kadar markayı terk etmiş olsalar da terk etme gerekçelerinden daha güçlü bir tepkisellik içinde olmadıkları söylenebilir.

KISITLAR VE GELECEK ARAŞTIRMALAR

Araştırma sadece tek bir sektörde gerçekleştirilmiştir. Her ne kadar tüketici davranışları kökenleri itibarıyla benzer olsa da araştırmanın pek çok farklı sektörde denenmesi, test edilmesi ölçeğin geçerliliğini artıracaktır. Bununla beraber bu araştırmanın tüketici davranışlarının daha çok tutumsal tarafla ilgili olması nedeniyle kapsayıcılığının yüksek olduğunu belirtmek gerekir.

Gelecekte yapılması gereken çalışmalar arasında yeni veri teknolojileri sayesinde terk etme potansiyeli taşıyan müşterilerin önceden tahmin edilmesine yönelik model çalışmaları bulunmaktadır. Böyle bir model özellikle yüksek sayıda müşteri ve verisi olan işletmeler için fayda sağlayabilecektir.

Tüm müşteri araştırmalarında olduğu gibi terk etme davranışı araştırmalarının da klasik ölçeklerle ölçülmesi yerine daha farklı yöntemlerle ölçülmesine yönelik araştırmalar yapılmalıdır. Örneğin terk etme davranışında metaforik yöntemlerin kullanılmasına yönelik araştırmalar ilginç sonuçlar doğurabilir. Buna benzer olarak terk etme davranışını daha kısa ve az sayıda soruyla ölçen ölçeklerin geliştirilmesi de faydalı olacaktır. Örneğin memnuniyet ölçümünde kullanılan NPS (Net Prometer Score) gibi tek bir soruyla ölçüm yapacak (Reicheld, 1996), faktörler ya da şirketler arası karşılaştırmalara imkân tanıyan tüm dünyada geçerli olacak yeni ölçekler üzerinde çalışmalar yapılmalıdır. Bu muhtemel ölçek ya da ölçekler aynı zamanda terk etme davranışının derecesini ve şiddetini de ölçebiliyor olması tüketici davranışlarını anlamada yeni bir bakış açısı kazandırabilir. Çünkü müşterilerin bir markayı terk etmelerindeki kararlılıkları ya da başka bir deyişle terk etme şiddetleri birbirlerinden farklı olabilir. Dolayısıyla onları geri kazanmak ya da markaya verecekleri zararları azaltmak için bu şiddetin bilinmesi aydınlatıcı olacaktır.

SONUÇ

Wollan ve ark., (2014)'a göre terk etme davranışlarını ihmal etmek Çin, Hindistan ve Brezilya ekonomileri kadar bir büyüklüğü ihmal etmek anlamına gelmektedir. Bu yüzden markaların ana meselesi müşterilerini kaybetmemek hatta kaybedenleri de geri kazanmaktır. Üstelik terk etme davranışı göstermiş müşterilerin kayıpları sadece kendilerinden ibaret olmayabilecektir. Bu müşteriler büyük olasılıkla olumsuz nedenlerle terk ettikleri markayı başkalarına da kötüleyeceklerdir. Bu da günümüzdeki en büyük reklam alanı olan WOM (Word of Mouth) etkisi açısından bir marka için son derece kötü bir sonuç doğuracaktır. Çünkü ağızdan ağıza pazarlamanın en güçlü hali ve en hızlı yayılma şekli hoşnutsuz müşteriler ve memnuniyetsiz ifadelerle gerçekleşmektedir (Silverman, 2007). Bu nedenle terk etmiş müşterilerin terk etme nedenlerinin belirlenmesi, terk etmenin şekli ve niteliği bir şirketin gelecekteki varlığının ve başarısının en önemli göstergelerindedir. Bu araştırmada terk etme davranışının köken ve sonuçlarını kapsayıcı ve doğru şekilde ölçen bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçekte 3 faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörler genel davranış teorileriyle uyumludur. Tüketici davranışlarını açıklarken kullanılan genel tutum teorisinde bir davranışın ortaya çıkması için önce bilmek, farkına varmak gerekir. Sonra bu bilgiyle ilgili bir duygu oluşur ardında da davranış ortaya çıkar. Müşterilerin terk etme davranışlarını etkileyen birinci faktör bilişsel faktörlerdir. Yani fiyatın yüksekliği, rakibin daha iyi ürün sunması, kendisine haksızlık yapıldığının fark edilmesi, diğer insanların tavsiyeleri ya da eleştirileri vs. daha sonra bu bilgiler ve deneyimler sonrasında oluşan bazı duygular ortaya çıkar. Ölçeğin 3 nolu faktörü “duygusal faktör” bu aşamayı ölçümlenmektedir. Ardından da davranışlar gelir. Araştırmanın ölçeğindeki Faktör 2’de daha çok terk etmenin geri dönme, marka hakkında olumsuz konuşma gibi genel olarak terk etme davranışıyla doğrudan ilişkili davranışları ölçümlenmektedir. Bu araştırmanın sonuçlarını değerlendirildiğinde araç kiralama sektöründe müşterilerin terk etme davranışında en etkili faktörlerin davranışsal ve duygusal faktörler olduğu, fiyat gibi bilişsel faktörlerin davranışın ortaya çıkışında daha az etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Her sektör ya da şirket için bu bilgiler değişiklikler gösterebilecektir. O nedenle daha odaklı araştırmaların yapılması kaçınılmazdır.

Bu araştırmada test edilen ölçeğin iki önemli farkından biri tüketicilerin genel tutum ve davranış teorilerine uygun olması diğeri de terk etmenin iki önemli ardıl davranışı değerlendirmeye almasıdır. Bu nedenle ölçeğin tüm sektörler için geçerli ve doğru ölçümler yapması beklenmektedir. Bu ölçümler dolayısıyla şirket yöneticilerin kendilerini terk etmiş müşterilerin neden kendilerini terk ettiklerini bilmeleri ileriye dönük tedbirler almalarına imkân tanıyacaktır.

Son olarak yöneticiler için şu öneriler sıralanabilir:

- Her şirket ortalama temas süresinden daha fazla zamandır kendileriyle temasa geçmeyen müşterilerini belirleyebilir

- Bu müşterilerle araştırmada geliştirilen ölçekle araştırmalar yapılabilir.
- Müşterilerin terk etme nedenleri ortaya konabilir, bu nedenleri ortadan kaldıracak çözümler önerileri tasarlanabilir
- Terk etmiş müşterilerin WOM üzerinden zararları kestirilebilir ve bu zararlar azaltılabilir.
- Özellikle geri dönme niyeti yüksek müşterileri geri dönüşlerini hızlandırmak için kampanyalar geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155–173.
- Anton, C., Camarero, C. & Carrero, M. (2007). The mediating effect of satisfaction on consumers switching intention. *Psychology & Marketing*, 24(6), 511-538.
- Arnett, D.B., German, S.D., & Hunt, S.D. (2003). The identity salience model of relationship marketing success: The case of nonprofit marketing. *Journal of Marketing*, 67(2), 89-105. <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.89.18614>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50,179-211.
- Bagozzi, R.P., Yi, Y. & Philips L.W. (1991). Assessing construct validity in organizational research, *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421-458.
- Bansal S. H., & Taylor, S. F. (1999). The service provider switching model (SPSM), a model of consumer switching behavior in the service industry. *Journal of Service Research*, 2(2), 200-218. <https://doi.org/10.1177/109467059922007>
- Bansal, H. S, Taylor, S. F, & James, Y. (2005). Migration to new service providers: Toward a unifying framework of consumer' switching behaviors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1), 96-115.
- Bhatnagar, S., Mishra, J. & Syed, A. (2019). Customer disloyalty in retail banking services: Attitudinal and behavioural dimensions. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(1), 46-67. <https://doi.org/10.1108/APJBA-08-2018-0124>
- Buric, I., Soric, I. & Penezic, Z. (2016). Emotion regulation in academic domain: Development and Validation of The Academic Emotion Regulation Questionnaire (AERQ). *Personality and Individual Differences*, 96, 138-147.
- Byrne, B. M. (2009). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming (2nd Ed.)*. New York: Routledge.
- Carrasco, R.V., & Foxall, G. R. (2006). Positive vs negative switching barriers: The influence of service consumer's need for variety. *Journal of Consumer Behaviour*, 5, 367-379.
- Colgate, M., & Lang, B. (2001). Switching barriers in consumer markets: An investigation of the financial services industry. *Journal of Consumer Marketing*, 18. 332-347. <https://doi.org/10.1108/07363760110393001>.
- Çelik, H. E., ve Yılmaz, V. (2013). *Lisrel 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi: Temel kavramlar, uygulama, programlama. (2. Baskı)*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- De Carlo, L.T. (1997). On the meaning and use of kurtosis. *Psychological Methods*, 2, 292-307
- Dick, S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- Dutta, N., Verma, A., & Bhat, A. (2019, December). Analysis of factors influencing negative e-word of mouth in online social media marketing. *Proceedings of the 2019 3rd International Conference on Software and e-Business (s. 193-198)* içinde. <https://doi.org/10.1145/3374549.3374556>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>

- Ghasrodashti, E.K. (2018). Explaining brand switching behavior using pull–push–mooring theory and the theory of reasoned action. *Journal Brand Management*, 25(4), 293–304. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0080-2>
- Groeneveld, R.A. & Meeden, G. (1984). Measuring skewness and kurtosis. *The Statistician*, 33,391-399.
- Hadi, N.U., Aslam, N., & Gulzar, A. (2019). Sustainable service quality and customer loyalty: The role of customer satisfaction and switching costs in the Pakistan cellphone industry. *Sustainability* 2019, 11, 2408. <https://doi.org/10.3390/su11082408>
- Hemetsberger, A., Kittinger-Rosanelli, C. M. T., & Freidmann, S. (2009). “Bye bye love” - Why devoted consumers break up their brands?. *Advances in Consumer Research*, 36, 430-437.
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, voice and loyalty. Responses to decline in firms, organizations and states*. Cambridge: Harvard University Press.
- Holbrook, M.B. (1986). Emotion in the consumption experience: toward a new model of consumer behavior. *Peterson, R.A., Hoyer, W.D. & Wilson, W.R. (Eds), The Role of Affect in Consumer Behavior* (s. 17-52) içinde. ABD, Pennsylvania: Lexington Books.
- Hopkins, K.D. & Weeks, D.L. (1990). Tests for normality and measures of skewness and kurtosis: Their place in research reporting. *Educational and Psychological Measurement*, 50, 717-729.
- Howland, D. (2018, Haziran 22). *Out-of-stocks could be costing retailers \$1T. June*. <https://www.retaildive.com/news/out-of-stocks-could-be-costing-retailers-1t/526327/>
- Huang, C. C., Wang, Y., Wu, T. & Wang, P. (2013). An empirical analysis of the antecedents and performance consequences of using the moodle platform. *International Journal of Information and Education Technology*, 3(2), 217-221.
- Huete-Alcocer, N. (2017). A literature review of word of mouth and electronic word of mouth: Implications for consumer behavior. *Frontiers in psychology*, 8, 1256.
- Hu, W-L.A, & Tsai, M-H.W. (2009). An empirical study of an enjoyment-based response hierarchy model of watching MDTV on the move. *Journal of Consumer Marketing*, 26(2), 66–77. doi:10.1108/07363760910940438
- James, G.M., & Netemeyer, R.G. (2002a). Modeling customer perceptions of complaint handling over time: The effect of perceived justice on satisfaction and intent. *Journal of Retailing*, 78 (4), 239-252.
- James, G.M., & Netemeyer, R.G. (2002b). A longitudinal study of complaining customers' evaluations of multiple service failures and recovery efforts. *Journal of Marketing*, 66 (10), 57-71.
- James, G.M., & Netemeyer, R.G. (2003). Firms reap what they sow:the effects of shared values and perceived organizational justice on customers' evaluations of complaint handling. *Journal of Marketing*, 67(1), 46-62.
- Jung, J., Han, H., & Oh, M. (2017). Travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework. *Tourism Management*, 59, 139-153. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.018>
- Izogo, E. E. (2013). An empirical assessment of customer switching behavior in the Nigerian telecom industry. *African Journal of Business and Economics Research*, 8(1), 61-82.
- Jiang, Y., Zhan, L., & Rucker, D. (2014). Power and action orientation: Power as a catalyst for consumer switching behavior. *Journal of Consumer Research*, 41, 183-190.
- Kaur G., Sharma, R. D., & Mahajan, N. (2014). Segmentation of bank customers by loyalty and switching intentions. Vikalpa: *The Journal for Decision Makers*, 39(4), 75-89.

- Keaveney, S. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59, 71-82.
- Keaveney, S., & Parthasarathy, M. (2001). Customer switching behavior in online services: An exploratory study of the role of selected attitudinal, behavioral, and demographic factors. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(4), 374-390.
- Khan, A. S., & Manthiri, A. A. (2011). Switching tendencies of customer of mobile phone services in Madurai District. *The Journal of Commerce*, 3(4), 32-38.
- Khan, N., Ghouri, A., Siddqui, U., Shaikh, A., & Alam, I. (2010). Determinants analysis of customer switching behavior in private banking sector of Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(7), 96-110.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practise of structural equating modeling (3. Baskı)*. New York: The Guilford Press.
- Li, C-Y. (2018). Consumer behavior in switching between membership cards and mobile applications: The case of Starbucks. *Computers in Human Behavior*, 84, 171-184. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.042>.
- Liu, Y., Segev, S., & Villar, M. E. (2017). Comparing two mechanisms for green consumption: cognitive-affect behavior vs theory of reasoned action. *Journal of Consumer Marketing*, 34(5), 442-454. doi:10.1108/jcm-01-2016-1688
- Lovett, M.J., Peres, R. & Xu, L. (2019). Can your advertising really buy earned impressions? The effect of brand advertising on word of mouth. *Quant Mark Econ* 17, 215-255. <https://doi.org/10.1007/s11129-019-09211-9>
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları (2. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Meyer, J., & Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z).
- Michalski, S. (2004). Types of customer relationship ending processes. *Journal of Marketing Management*, 20, 977-999.
- Moors, J. J. A. (1986). The meaning of kurtosis: darlington reexamined. *The American Statistician*, 40, 283-284.
- Mosavi, M., Sangari, M., & Keramati, A. (2018). An integrative framework for customer switching behavior. *The Service Industries Journal*, 38, 1-28. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1428955>.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric theory*, 1. Baskı, New York: McGraw-Hill, Inc.
- Oliver, R. (1999). Whence customer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: A field survey approach. *Journal of Marketing*, 53(2), 21-35. <https://doi.org/10.2307/1251411>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49, 41-50.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2006). *Kazandıran müşteri*. İstanbul: Rota Yayın Yapım.
- Ping, R. A. (1994). Does satisfaction moderate the association between alternative attractiveness and exit intention in a marketing channel? *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 364-371.
- Reicheld, F. F. (1996). *The loyalty effect*. Cambridge: Harvard Business Scholl Press.

- Roos, I. (1999). Switching processes in customer relations. *Journal Of Service Research*, 2(1), 68-85.
- Roos, I., & Strandvik, T. (1997). Diagnosing the termination of customer relationships. AMA proceeding, new and evolving paradigms. *The Emerging Future of The Marketing*, 12-15, 617-631.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23–74.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (1997). *Consumer behavior*, 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Silverman, G. (2007). *Ağızdan ağıza pazarlama*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Singh, R., & Rosengren, S. (2020). Why do online grocery shoppers switch? An empirical investigation of drivers of switching in online grocery. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101962. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101962>.
- Solomon, M. (1997). *Consumer behavior: buying, having and being*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tabachnik, B. G., & Fidell, L. S. (2012). *Using multivariate statistics (6. Baskı)*. Boston: Pearson.
- Tahtinen, J., & Halinen, A. (2002). Research on ending exchange relationships. A Categorization, an assessment, and an outlook. *Marketing Theory*, 2(2), 165-188.
- Tavşancıl, E. (2005). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Basımevi.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of Retailing*, 70(2), 163–178. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90013-2)
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage: a test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176. <http://www.jstor.org/stable/23011007>
- Trijp, H.V., Hoyer, W. D., & Inman J. J. (1996). Why switch? Product category-level explanations for true variety-seeking behaviour. *Journal of Marketing Research*, 33, 281-292.
- Villanueva, J., Yoo, S., & Hanssens, D.M. (2008). The impact of marketing-induced versus word-of-mouth customer acquisition on customer equity growth. *Journal of Marketing Research*, 45,1,48-59. <https://doi.org/10.1509/jmkr.45.1.48>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Zhou, T. (2016). Understanding users' switching from online stores to mobile stores. *Information Development*, 32(1), 60–69.
- Zikiene, K., & Bakanauskas, A. P. (2009). Research of factors influencing loyal customer switching behaviour. *Organizacija Vadyba: Sisteminiai Tyrimai*, 52, 153-170.

Geliş Tarihi:

22.09.2022

Kabul Tarihi:

15.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Gözen, A., & Kıran, M. A. (2022). Aile işletmelerinde devir planlaması süreci ve liderin örgütsel bağlılığı arasındaki ilişkisinin incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1470-1486. doi: 10.46928/iticusbe.1121351

AİLE İŞLETMELERİNDE DEVİR PLANLAMASI SÜRECİ VE LİDERİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ


Araştırma

Aylin Gözen 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

İstanbul Ticaret Üniversitesi

agozen@ticaret.edu.tr

Melis Atabey Kıran 

Kurum

melisatabey@hotmail.com

Aylin Gözen, Lisans eğitimini 2002 yılında Marmara Üniversitesinde, yüksek lisansını 2005 yılında Galatasaray Üniversitesinde ve doktorasını 2018 yılında İstanbul Ticaret Üniversitesinde tamamlamıştır. Halen İstanbul Ticaret Üniversitesinde Öğretim üyesi olarak görev yapmakta, aile işletmeleri alanında dersler vermekte ve bu alanda araştırmalar yapmaktadır.

Melis Atabey Kıran, Lisans eğitimini 2010 yılında Doğu Üniversitesinde, yüksek lisans eğitimini 2021 yılında İstanbul Ticaret Üniversitesinde tamamlamış olup yüksek lisans tez konusu aile işletmelerinde devir planlaması süreci ile ilgilidir. Halen özel bir şirkette Proje Satış Yöneticisi olarak çalışmaktadır.

AİLE İŞLETMELERİNDE DEVİR PLANLAMASI SÜRECİ VE LİDERİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Aylin Gözen
agozen@ticaret.edu.tr
Melis Atabey Kıran
melisatabey@hotmail.com

Özet

Amaç: Aile işletmeleri ülke ekonomilerinin büyük bölümünü oluşturmaktadır. Lakin genellikle ömürleri kurucunun yönetimde olduğu süre ile sınırlı kalmaktadır. Birçok araştırma aile işletmelerinin nesiller arası sürdürülebilir olmasının doğru yürütülen bir devir planlaması süreci ile ilgili olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda çalışmada devir planlaması sürecinin resmiyet kazanmasının mevcut liderin (selef) örgütsel bağlılık boyutlarıyla ilişkisi olup olmadığı konusu ele alınmıştır.

Yöntem: Meyer ve Allen (1991) tarafından oluşturulan 3 boyutlu örgütsel bağlılık (TCM) modeli kullanılarak liderlerin aile işletmelerine olan bağlılıklarının boyutlarının devir planlamasının resmiyet seviyesine yansımaları ele alınmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen 161 aile işletmesi liderine çevrimiçi anket gönderimi yapılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda bağımsız değişkenler olarak ele alınan liderin duygusal, devamlılık ve normatif bağlılığının, bağımlı değişken olarak ele alınan devir planlamasının resmiyet seviyesi üzerindeki etkilerini ortaya koymak adına korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: İstanbul Sanayi Odasına kayıtlı aile işletmeleri ile yapılan anket çalışması sonucunda, söz konusu işletmelerin büyük çoğunluğunun resmi bir devir planlamasına sahip olmadığı gözlemlenmiştir. İlave olarak, liderin duygusal ve normatif bağlılığının devir planlamasının resmiyet kazanmasına olumlu etkisi olduğu tespit edilirken devamlılık bağlılığının olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Özgünlük: Örgütsel bağlılık kavramını aile işletmeleri evreninde inceleyen çalışmaların büyük çoğunluğu halefin örgütsel bağlılığı ile devir planlaması arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Oysaki bu çalışma, devir sürecinde önemli rol oynayan bir diğer aktör olan selefin örgütsel bağlılığının boyutlarını ele alması nedeniyle literatüre yeni bir perspektif sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aile İşletmeleri, Devir Planlaması, Liderlik, Örgütsel Bağlılık

JEL Sınıflandırması: M1, D23

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND SUCCESSION PLANNING IN FAMILY BUSINESSES

Abstract

Purpose: Family businesses are the biggest part of macro economies. However, they have a short lifespan limited by the founder leader's management timeline. Many studies show that the intergenerational sustainability of family businesses is related to a well-executed succession planning process. This research is looking into the relationship between leaders' commitment and the formalization of the succession planning process.

Method: Using the 3-dimensional organizational commitment (TCM) model created by Meyer and Allen (1991), the reflection of the dimensions of leaders' commitment to family businesses on the level of formality of succession planning is examined. An online questionnaire was sent to 161 family business leaders selected by using the convenience sampling method. In line with the data obtained, correlation and regression analyses were carried out in order to reveal the effects of the leader's emotional, continuance, and normative commitment, which are considered independent variables on the level of formality of the succession planning which is considered as dependent variables.

Findings: The findings of the survey conducted with family business leaders registered to the Istanbul Chamber of Industry show that majority of family businesses do not have any formal succession plan. Nevertheless, family business leaders' affective and normative commitment has a positive effect on succession planning while continuance commitment has a negative effect on the succession planning process.

Originality: Most of the organizational commitment research conducted in the family business universe focus on the commitment of the successors. Unlike other studies, this study is one of the limited numbers of studies focusing on another important actor, the leader's commitment, in the succession process.

Keywords: Family Businesses, Succession Planning, Leadership, Organizational Commitment

JEL Classification: M1, D23

GİRİŞ

Başta küresel ölçekli işletmeler olmak üzere, Avrupa'daki her üç aile işletmesinden birisinin önümüzdeki 10 yıl içerisinde bir sonraki nesle devir sürecinde olduğu öngörülmektedir (PWC Avrupa Aile İşletmeleri Raporu Türkiye Sonuçları, 2018). Üstelik Türkiye'de bu oranının %15 olduğu belirtilirken, nasıl gerçekleşeceği konusundaki belirsizliğin (%18), Avrupa genel ortalamasına (%9) göre çok daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye ekonomisinin büyük bölümünü de aile işletmeleri oluşturmaktadır. Büyük holdingler de dâhil olmak üzere yönetim pozisyonlarında genelde aile bireyleri yer almaktadır (Tatoglu vd., 2008). Türk işletmelerin %95'i ve halka açık tüm işletmelerin %75'i aile işletmelerinden oluşmaktadır. Aile işletmeleri, gayrisafi yurtiçi hâsılanın yaklaşık %75'ini temsil etmektedir (Porsuk, 2018). Araştırmalar gösteriyor ki aile işletmeleri diğer kurumlardan daha iyi işletme performansına sahip olmalarının yanı sıra (Campell vd., 2007), istihdam yaratılması konusunda da büyük önem arz etmektedir.

Tüm bu çalışmalar aile işletmelerinin ülke ekonomileri açısından çok önemli ve etkili olduğunu ortaya koysa da nesiller arası sürdürülebilirlik noktasında istatistikler pek de iç açıcı bir tablo ortaya koymamaktadır. Bir işletmenin yaşam süresini operasyonel yetersizlikler, finansal planlama eksikliği, stratejik yol haritasının bulunmaması veya sektörün potansiyelini kaybetmesi gibi birçok faktör olumsuz etkilemektedir (Monk, 2000). Ayrıca aile işletmelerinin sürdürülebilirliği adına devir planlaması süreci kritik bir öneme sahiptir.

Devir planlaması, işletme yönetiminin veya mülkiyet haklarının bir nesilden diğerine transferi olarak tanımlanmaktadır (Handler, 1994). Son 60 senedir yapılan araştırmalar ile başlı başına bir alan yazın haline gelen aile işletmeleri çalışmaları içerisinde devir planlaması konusu popüler bir konu olarak öne çıkmaktadır. Şüphesiz her üç aile işletmesinden sadece birinin ikinci nesle başarıyla devredilebiliyor olması araştırmacıların ilgisini çekmektedir (De Massis vd., 2008).

Aile işletmeleri evreninde örgütsel bağlılık çalışmaları özellikle yabancı kaynaklarda 2000'li yılların başından bu yana geniş çapta ele alınmasına rağmen çalışmaların büyük çoğunluğu halefin aile işletmesine olan bağlılığı üzerine odaklanmaktadır. Bu araştırma selef olarak liderin örgütsel bağlılığının boyutlarını bağımsız değişkenler olarak ele alması nedeniyle alan yazındaki diğer araştırmalardan ayrılmaktadır. Lisa Rolan'ın (2020) doktora tez çalışmasına paralel olarak selefin işletmeye bağlılığının odak alındığı araştırmanın amacı, aile işletmesi liderinin işletmeye olan bağlılığının boyutlarının devir planlamasının resmiyet kazanmasına engel teşkil edip etmediğini araştırmaktır. Özellikle kurucu liderler, bebekleri olarak gördükleri ve kişisel benlikleri ile bir tuttıkları işletmelerini bir sonraki nesle devretmeye hazır olup olmadıkları, halef seçip onları yeterli yetkinlik ve tecrübe ile donatmayı tercih edip etmedikleri araştırmamızın cevap aradığı konular arasındadır. Bu bağlamda alan yazında bir yapı taşı haline gelen Allen-Meyer'in TCM modeli kullanılarak oluşturulan

anket çalışması ile devir planlaması sürecinin resmiyet kazanmasının mevcut liderin (selef) örgütsel bağlılık boyutlarıyla ilişkili olup olmadığı konusu ele alınmıştır.

LİTERATÜR

Aile işletmeleri dünya üzerindeki en yaygın ve ilgi çekici ekonomik ve sosyal birimlerdir (Handler, 1989; Filser, Kraus, & Mark, 2013; Astrachan ve Shanker, 2003). Aile işletmelerini diğer işletmelerden farklı ve özel kılan ise aile faktörüdür. Özellikleri ve gereklilikleri itibarıyla taban tabana zıt karakterde aile ve işletme alt sistemleri birbirleriyle iç içe işlev görmektedir (Aydın, 2018). 1960'lı yılların sonları (Christensen 1953; Donnelley 1964; Miller ve Rice 1967; Lavinson 1971) itibarıyla akademik olarak ilgi görmeye başlayan aile işletmeleri literatürü son 60 yılda oldukça genişlemiştir. Rosenblatt (1985) aile işletmelerini, hisselerinin ve kontrolünün çoğunluğunun tek bir aile tekelinde ve bir veya daha fazla aile üyesinin işe bir noktada dâhil olmasıyla oluşan örgütler olarak tanımlamaktadır. Aile işletmelerini mülkiyet ve yönetimde aile bireylerinin yer aldığı işletmeler olarak tanımlayan araştırmalar oldukça yaygındır. Yönetimin aile içinde kalması, ikinci veya daha sonraki nesillerin işletmede yer alması, çoğunluk hisselerinin aile işletmelerine ait olması, işletmede sadece aile üyelerinin çalışıyor olması gerektiği gibi koşullara bağlayan tanımlar olsa da bu tanımlamalar aile işletmelerinin özünü yansıtmakta yetersiz kalmakta, işletmenin niyetinin ve vizyonunun da göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Chua, Chrisman ve Sharma, 1999). Chua vd. (1999) aile işletmelerini aile içinde işletmenin devrederek sürekliliğinin sağlanması gerekliliğine inanan bir vizyona sahip işletmeler olarak tanımlamaktadır.

Her ne kadar amaç aile içinde nesiller boyu devam eden, saygın ve köklü işletmeler oluşturmak olsa da araştırmalar aile işletmelerinin ömrünün kurucunun ömrüyle sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Ne yazık ki kurucunun emekli olması durumunda işletmelerin sadece üçte birinin ikinci nesil tarafından devam ettirilebildiğini göstermektedir. Kaldı ki bu işletmelerin de sadece yüzde onu üçüncü nesle başarılı bir şekilde devredilebilmektedir. Yönetimin devredilmesi tüm işletmelerin hayat döngüsü içerisinde çok önemli bir yere sahiptir. Fakat söz konusu aile işletmeleri olduğunda bu konu ölüm kalım meselesine dönüşmektedir (Campopiano, Calabro ve Basco, 2020; Le Breton-Miller, Miller ve Steier, 2004; Sharma, Chrisman ve Chua, 2003).

Devir konusu (halefiyet), aile işletmeleri literatüründeki en eski, en popüler konulardan birisidir (Davis, 1982; Dumas 1988; Lansberg 1988; akt. Handler, 1989). Devir, liderlik bayrağının bir aile üyesinden bir başka aile üyesine veya aile üyesi olmayan profesyonel birine devredilmesi olayı olarak tanımlanmaktadır. İdeal bir devir sürecinde lider adayının zamanla daha aktif rol üstlenmesi ve mevcut liderin ise daha pasif bir konuma geçmesi beklenmektedir. Üstelik bu süreç pek çok aşamayı içinde barındıran oldukça zorlu ve karmaşık bir zaman dilimidir (Cabrera-Suarez vd., 2001). Daha soyut ama öngörülmesi bir tanım ise devir sürecini bilginin, rollerin, yönetim ve kontrolün el değiştirdiği süreç olduğu şeklinde açıklar (Handler, 1994). Bu süreç özellikle aile işletmelerinde taraflar arasında sosyal etkileşim ve pek çok transferin gerçekleştiği dönemdir. Değerler, beklentiler ve sorumluluklar ile karmaşık

ilişkilerin de sürece dâhil olması, teknik ve sosyal bilginin transfer edilmesi, güven ve bağlılığın geliştirilmesi ve toplumsal normlara uyma çabası, aileye ve işletmeye karşı güvenilirlik ve saygınlığın sağlanması gibi sosyal ve duygusal yükü oldukça yoğun olan bir süreçtir (Daspit vd., 2016).

Devir süreci aile işletmelerinin sürdürülebilirliği açısından yaşamsal önem taşıyor olmasına rağmen aile işletmelerinin büyük çoğunluğunda zorunlu haller dışında konunun gündeme bile gelmediği görülmektedir. Araştırmalar küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük çoğunluğunun doğru bir devir planına sahip olmadığını ortaya koymaktadır. Astrachan ve Kolenko (1994) yazılı bir devir planı olması ile bir işletmenin nesiller boyu devam etmesi arasında bir bağlantı bulunmadığını belirttiği çalışmasında, bir sonraki nesle devir süreci ile ilgili herhangi bir planlamanın olmaması durumunda devir sürecinin çok büyük bir ihtimalle başarısızlıkla sonuçlanacağını ortaya koymaktadır. Belirsiz süreçler, yeteneksiz ve hazırlıksız halefler, aile içi rekabet gibi birçok etkenin plansız devir süreçlerinin başarısızlıkla sonuçlanmasına sebep olduğunu belirtmektedir. Tüm işletmelerin üst ve orta kademelerinde devir süreçleri yaşanmaktadır; ancak söz konusu aile işletmeleri olduğunda bu süreçte birçok farklı etken ile mücadele edilmesi gerekmektedir. Üst yönetimin devri aile işletmelerinde çok nadir gerçekleşmektedir. Barach ve Ganitsky (1995) üst yönetimin devir sürecinin aile işletmeleri için önemli bir hedef olduğunu ve sonraki neslin yönetimi ve liderliği olmadan işletmelerinin ayakta kalamayacağını veya mevcut yapısını koruyamayacağını belirtmektedir. Bu sebeple başarının önemli bir elementi de uygun bir devir planı geliştirip ortaya koymak olacaktır. Ana akım çalışmalar devir sürecinin çok katmanlı bir kavram olduğunu ve katmanları birbirinden ayıran tetikleyici olaylar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Duygu yüklü bir süreç olması itibarıyla yönetici ve işletmeleri açısından faydalı sonuçlar doğurabilmesi için aylar mümkünse yıllar öncesinden devir planlaması sürecine başlamalıdır (Handler, 1994). Kurucular çoğunlukla kendi zamanlarının ilerisini göremedikleri için bir başkasına devretme konusunda zorlanmaktadırlar.

Aile işletmeleri literatüründe yöneticinin karakteri, halefin motivasyonu ve özellikleri, halef seçimi süreci gibi konularda çalışmalar mevcuttur (Nordqvist vd., 2013). Liderin bağlılığının devir sürecine etkisi henüz geniş çapta incelenmemiştir (Atabey Kıran & Gözen, 2021). Yönetimin devir planlaması üzerine yapılan araştırmalar, devir sürecinin önemini ve işletmenin başarısına engel teşkil edecek liderlik zafiyetlerini, selef ile halef arasındaki iletişimsizliğin nedenlerini anlamamıza yardımcı olmak amacıyla yapılmıştır. Varlıklarını kişisel olarak işletme ile özdeşleştiren liderler yönetimi bırakmak istememektedirler (İbrahim, Soufani ve Lam, 2001). Mevcut yönetimde işletme için olumlu görünen bir durum konu devir planlaması olduğunda olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Karizmatik ve güçlü bir liderin ulaşılması zor bir miras ortaya koyması durumunda sonraki nesiller için çekince yaratacak durumlar oluşabilir (Ward, 1997). Bu bağlamda liderin bağlılığının boyutlarını anlamamız karar ve uygulamalarını anlamamıza yardımcı olacaktır.

Dyer (1986), Handler (1990), Lansberg (1988), McGivern (1978) ve Ward (1987) çalışmalarında liderin devretme ile ilgili endişelerini yenip, inkâr sürecinin önüne geçip devir zamanı ile yüzleşmesi ve

kabullenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Yöneticinin güç ve itibar kaybının getireceği benlik algısını tehlikeye sokan son derece doğal korkular ile yüzleşmesi, kişilerin fani olduğu gerçeğine kendini teslim etmesi ve devretmeye hevesli olması gerekmektedir. Tüm bu duygular ile sürecin psikolojik olarak yıkıcı etkilere sahip olması durumu göz önünde bulundurularak liderlerin devretmeye hazır olmalarının sağlıklı bir devir sürecinin en birincil etkeni olduğu görülmektedir (Le Breton-Miller, Miller ve Steier, 2004). Liderin halefine olan güveni, görevlendirme ve takip etme yeteneği devir sürecini başarıya ulaştıran faktörler arasındadır. Lider, halefine gereken sorumluluk ve yetkiyi tanımalı, karar almasına ve hatta hata yapmasına izin vermelidir. Ancak bu sayede halefin yetenek ve gelişimini izleyip değerlendirebilir (Handler, 1994).

Le Breton- Miller vd. (2004) kurdukları modelde aile işletmeleri için başarılı bir devir planlamasının adımlarını ortaya koymaktadır. Çalışmada konuyla ilgili temel kurallar ve atılması gereken ilk adımların yanı sıra aile işletmesinin geleceği için paylaşılan vizyonun öneminden bahsedilmektedir. Sonrasında ise bir yandan aile dinamikleri ile mücadele ederken bir yandan da devir sürecini besleyip geliştirmenin önemi vurgulanmaktadır (Le Breton-Miller vd., 2004). Tagiuri ve Davis (1982) tarafından aile işletmelerinin özelliklerinin daha iyi anlaşılabilmesi için geliştirilen üç daire modeli oldukça önemlidir. 3 dairesel model, aile ve işletme alt sistemlerinden oluşan iki daire modeline mülkiyet alt sisteminin eklenmesi ile geliştirilmiş bir modeldir. Modelde yer alan her küme, aile işletmelerinde belirli fonksiyonlara sahip insanları temsil etmektedir. Aile kümesi, aile bireylerini, işletme kümesi işletme çalışanlarını, mülkiyet kümesi ise aile işletmesinin hissedarlarını temsil etmektedir. Yapıyı karmaşık kılan ise bu üç kümenin birbirleri ile kesiştikleri noktalar ve ortak elemanlarıdır (Tagiuri ve Davis, 1992).

Aile işletmelerinin ayırt edici özellikleri, aile bireylerinin duyguları, tercihleri ve bağlılıkları her ne kadar psikolojinin araştırma konuları içerisinde yer alsa da kişilerin ve bir bütün olarak ailenin karakterini ve davranış şekillerini anlamaya çalışmak, işletmenin hedef ve değerlerini de anlamamıza yardımcı olacaktır (Sharma vd., 2020). Aile işletmeleri tanımı itibariyle mülkiyet, uzun dönemli uyum, aile değerleri ve sıkı duygusal bağlar ile özdeşleşmiştir (Chirico vd., 2018). Aile işletmeleri kişilerin birbirlerine duyduğu güven bakımından özel bir sosyal grubu oluşturmaktadır. Orth ve Green (2009) çalışmalarında halefe duyulan güvenin de devir sürecini etkilediğini ortaya koymuşlardır. Çalışmada devir planlanması sürecinin ailenin işletmeye olan bağlılığı ve halefe olan güven ile doğrudan ilişkili olduğu belirtilmektedir. Literatürdeki çalışmalar önceki geleneklerin ve mevcut yöneticilerin devretmeye yönelik dirençlerinin mevcut güveni sarsmasının yanı sıra, sonraki nesillerin girişimcilik yeteneklerini de olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir (Hall, Melin ve Nordqvist, 2001). Ailenin kültürel ve sosyal normlarını anlamak yöneticilerin bağlılıklarının devir sürecine nasıl etki ettiğini anlamamıza yardımcı olacaktır.

Aile işletmesine duygusal bağlılığı yüksek olan bir yönetici, yönetimi devretmek konusunda isteksiz davranabilir. Benzer bir biçimde normatif bağlılığı yüksek olan bir yönetici, yönetimde kalmayı

işletmenin sağlığı için zorunluluk olarak görecektir. Devamlılık bağlılığına sahip bir yönetici ise devir sonrasını öngöremediği için mevcut pozisyonunu korumayı tercih edebilir (Jackson, 2013).

Aileyi güçlükle geçindiren aile işletmesinin sahibi, işletmeyi çocuklarına devretmeyi hedef olarak görmemektedir (Basly ve Saunier, 2020). Devamlılık bağlılığı ağır basan liderin aile işletmesindeki varlığı zorunluluktan kaynaklanıyorsa sonraki nesle devretmeyi düşünmemesi olasıdır. Mahto vd. (2014) liderin işletmeye devamlılık bağlılığı için finansal kazanım ile kültürel sermaye, gelecekteki kazançlar açısından tatmin ve ilham kaynağı olması gerektiğini belirtmektedir.

Aile işletmeleri literatüründe yer alan örgütsel bağlılık araştırmaları genel olarak sonraki nesil aile bireylerinin aile işletmesine olan bağlılıklarına ve işletmede çalışma niyetlerine odaklanmaktadır. Aile bireylerinin işletmeye olan bağlılığı işletmenin başarısı, sağlıklı büyümesi ve sürdürülebilirliği için kilit öneme sahiptir (Dawson vd., 2015). Güçlü örgütsel bağlılık, hizmetkâr liderlik ile birleşerek stratejik esneklik gibi yapıcı ve dinamik bir ortam oluşmasını sağlayarak örgüte fayda sağlar (Zahra, 2012). Lakin örgütsel bağlılık farklı boyutlarda ortaya çıkabilmektedir. Sharma ve Irving (2005) halefin aile işletmesine olan bağlılığının istenilen özellik olduğunu belirtmesinin yanı sıra, bağlılığın boyutlarını duygusal, normatif, çıkarıcı ve zorunlu olarak adlandırmaktadır. Nicholson ve Björnberg (2007) İngiliz aile işletmeleri ile yaptıkları görüşmeler sonucunda aile işletmesi mülkiyetinin getirdiği maddi kaynakların haricinde duygusal sahiplik, sorumluluk, gurur, bağlılık ve aidiyet kavramları ile karşılaşmışlardır. Özellikle duygusal sahiplik tanımına yoğunlaşarak bu kavramı duygusal bağlanma ve özdeşleşme şeklinde tanımlamışlardır.

Öte yandan, Chirico vd. (2018) çalışmalarında başarısız bir aile işletmesine olan duygusal bağlılığın sebeplerini araştırmışlardır. Duygusal sahipliğin ağır basması durumunda, beraberinde kişisel sorumluluk ve özdeşleşme gibi duyguları da getirdiği sonucuna ulaşmışlardır. Basly ve Saunier (2020) Fransız aile işletmeleri ile yaptıkları çalışmalarında aile üyelerinin işletmeye olan duygusal bağlılığının işletmeye olumlu aile etkisi olarak yansıdığını ortaya koymuşlardır. Bu durumun işletme sahiplerinin işletmenin sürekliliğine daha olumlu bakmalarına neden olduğunu ve devretme niyetine olumlu yönde etkilediğini gözlemlemişlerdir. Dawson vd. (2015) ise çalışmalarında Sharma ve Irving (2005)'in çalışmasından yola çıkarak Kanadalı ve İsviçreli aile işletmeleri ile yaptıkları çalışmalarında bir sonraki nesil aile üyelerinin işletmeye olan bağlılıklarının boyutlarını ve aile işletmesinde yer alma niyetlerini ele almışlardır.

Liderin gücünü devretmeye isteksizliği devir planlamasının önündeki engellerden en çok bahsedilenidir. Aşırı boyutta aile işletmesine duygusal bağlanan lider, halefine gereken yetkinliği ve saygınlığı kazanması için fırsat vermekten kaçınır. Bu durum ya halefin işletmeden ayrılmasına, ya da işletme içindeki baskın birtakım grupların halefin yeterli yetkinlikte olmadığına kanaat getirmesine sebep olabilir (De Massis vd., 2008).

YÖNTEM

Çalışmada Türk aile işletmeleri liderlerinin örgütsel bağlılık boyutlarına ilişkin eğimleri, liderlerin bağlılıkları ile devir planlaması arasında ilişki olup olmadığı ve örgütsel bağlılık boyutlarının devir planlamasının resmiyet derecesine olumlu veya olumsuz etkileri olup olmadığı araştırılmaktadır. Meyer ve Allen'in üç boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeği (TCM) kişilerin örgüte olan bağlılıklarının ardında üç farklı düşünce yapısı olduğunu ortaya koymaktadır. Duygusal bağlılık, devamlılık bağlılığı ve normatif bağlılık olarak ayrılan bu ölçek, kişinin örgütten ayrılmamasının arkasındaki ana nedenleri temel almaktadır. Çalışmada liderlerin duygusal, devamlılık ve normatif bağlılığı bağımsız değişkenler olarak ele alınmaktadır ve bunlarla bağımlı değişken olarak aile işletmelerinde devir planlaması arasındaki ilişki araştırılmaktadır.

Türkiye'deki aile işletmelerinin araştırmanın evrenini oluşturması itibarıyla kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak elde edilen 161 aile işletmesi lideri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Online anket uygulaması ile gerçekleştirilen çalışmanın ilk bölümünde ankete katılan liderlere ilişkin açıklayıcı demografik bilgilere ilişkin sorular yer almaktadır. Resmi bir devir planı olup olmadığını öğrenmek amacı ile liderlere emeklilik planlarının ne olduğu çoktan seçmeli olarak sorulmaktadır. Örgütsel bağlılık ve devir planlamasının resmiyet seviyesine ilişkin soruların 7'li Likert yöntemi ile cevaplanması istenmiştir. Liderlerin örgütsel bağlılığı ile devir planlamasının resmiyet seviyesi arasındaki ilişkinin analiz edilebilmesi için aileden birine devretmeyi planlayan aile işletmesi liderlerinin örgütsel bağlılığının boyutlarının ölçülmesi ile devam eden araştırmanın ikinci bölümünde bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının analiz edilebilmesi için korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Demografik Veriler

Aile işletmeleri liderleri ile yapılan anket sonuçlarına ilişkin demografik bilgiler derlenmiştir. Kuruculara işletme devir planları sorulmuş ve alınan yanıtlara yer verilmiştir. Buna göre, 161 aile işletmesinden 61'i aile işletmelerini aileden birine devretmeyi düşünmektedir. 33 İşletmenin herhangi bir devir planı yoktur. 47 yönetici emekli olmayı düşünmediklerini belirtmiştir. 15 İşletme aile işletmesini satmayı, 5'i ise tasfiye etmeyi planlamaktadır.

Araştırmaya katılan aile işletmesi liderlerinin %89,4'ü erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Büyük çoğunluğu erkek olan katılımcıların aynı zamanda yüksek eğitim seviyesinin olduğunu görülmektedir. %81,3'ü yükseköğrenim görmüş kişilerden oluşmaktadır.

Liderlerimizin yaklaşık %40'ı 20 seneden fazladır aile işletmesinde çalışmayı sürdürmektedir. Katılımcıların %51'i 45 yaşın üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşları ve çalışma süreleri göz önünde bulundurulduğunda anketimize katılan aile işletmesi liderlerinin yarısının önümüzdeki 10

sene içerisinde yönetimi devretmeyi düşünmesi olası görülmektedir. Aynı doğrultuda yönelttiğimiz devretme ihtimali sorusuna verilen cevaplar bu yöndeki tahmini güçlendirmektedir.

İşletmelerin %16'sı son 10 yıl içerisinde devir yapılmış olduğunu, 135 işletmede ise (%84) son 10 yılda yönetim devri olmadığı belirtilmiştir. İşletmelerin yarısı (%52) 10 yıl içerisinde yönetimin devredilebileceğini söylemişlerdir. %48'lik kısım ise yönetim devrinin ihtimali olmadığını belirtmişlerdir.

Bir başka önemli istatistik ise aile işletmelerinin aile içerisinde devretme potansiyelini güçlendirmektedir. 161 işletmesinin 69'unda aktif çalışan 1 nesil, 83 işletmede aktif çalışan 2 nesil vardır. İşletmelerin 9 tanesinde aktif çalışan 3 nesil vardır. Şu anda işletmelerin 94'ü 1. nesil, 59' u 2. nesil ve 8'i 3. nesil ile faaliyet göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu iki veya üç nesil birlikte çalıştıklarını söylemiştir.

Faktör Analizleri

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) genellikle bir ölçünün faktör yapısını keşfetmek için kullanılır ve çok sayıda değişken üzerinde çalışmak yerine az sayıda alt boyutla araştırma fırsatı tanımaktadır. Aşağıdaki faktör analizlerinde her iki ölçek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme yeterliliğinin ve değişkenlerin tutarlılığının ölçülmesini sağlayan Bartlett Küresellik testi de istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Testler sonucunda açıklayıcı faktör analizinde kullanılacak örneklemin analiz açısından yeterli düzeyde olduğu ve faktör analizinin uygun araştırma verilerine olduğu görülmüştür. Faktör yapısını testlerle doğrularak belirlemek için temel bileşen analizi yöntemi kullanılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçekler orijinal boyutlarına uygun olarak gerçekleşmiştir

Tablo 1. Devir Planının Resmîyet Seviyesi Açıklayıcı Faktör Analizi

Boyut	Ortalama Yük değerleri	Toplam Açıklanan Varyans	
Devir planının resmîyet seviyesi	0,741	44,632	
KMO ve Bartlett Testi	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,803
	Bartlett's Test of Sphericity	Ki-kare	1575,508379
		Df	105
		p	0,000
	Extraction Method: Principal Component Analysis.		
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.			

Devir planının resmîyet seviyesi ölçeğine uygulanan faktör analizi sonucu tek boyut elde edilmiştir. Oluşan boyut ölçeğin %44,632'lik kısmını açıklayabilmektedir. Kalan kısım farklı faktörler tarafından açıklanmaktadır. Ölçekte 15 madde bulunmaktadır. Yargıların tümü analize dahil edilmiş olup, düşük

faktör yükü sebebi ile herhangi bir yargı elenmemiştir. KMO değerinin 0,803 olması örneklem büyüklüğünün araştırma için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Örgütsel Bağlılık Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi

Boyutlar	Ortalama Yük değerleri	Açıklanan Varyans %	
Normatif Bağlılık	0,788	20,458	
Duygusal Bağlılık	0,805	19,476	
Devamlılık Bağlılığı	0,751	13,362	
Toplam açıklanan varyans: 53,296			
KMO and Bartlett's Testi	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,797
	Bartlett's Test of Sphericity	Ki-kare	1313,063
		Df	307
		p	0,000
	Extraction Method: Principal Component Analysis.		
	Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		

Örgütsel bağlılık ölçeği orijinaline uygun olarak 3 boyutta faktörleşmiştir. Oluşan normatif bağlılık boyutu tek başına ölçeğin %20,458'ini, duygusal bağlılık tek başına ölçeğin %19,476'sını ve devam bağlılığı tek başına ölçeğin %13,362'sini açıklamaktadır. Oluşan boyutlar birlikte örgütsel bağlılığı %53,296 oranında açıklayabilmektedir. KMO değeri 0,797 olup örneklem büyüklüğünün araştırma için uygun olduğunu ifade etmektedir.

Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi için güvenilirliğin göstergelerinden biri olan iç tutarlılığın ölçülmesinde yaygın olarak Cronbach Alpha katsayısı kullanılmaktadır. Cronbach alfa katsayısı özellikle birden çok bileşen içeren ölçmelerin güvenilirliğini hesaplamayı sağlamaktadır. Bu ifadedeki bileşen kelimesi, bir madde, bir testin yarısı ya da bir alt test anlamına gelebilir. Çoklu bileşenler, tek bir gizil değişkeni ölçmeye yönelik olabileceği gibi; birden çok gizil değişkeni/faktörü de ölçebilir. Bu özellikleri, Cronbach Alfa katsayısının kullanımını arttırmaktadır (Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016).

Maddelerin iç tutarlılığının bir ölçüsü olan Cronbach alfa katsayısı, ölçekteki maddelerin homojen yapısını açıklamak veya sorgulamak için kullanılır. Ölçekte yer alan ve Cronbach alfa katsayısı yüksek olan maddelerin birbiriyle uyumlu ve aynı özelliği ölçen maddelerden oluştuğu yorumlanmaktadır. Cronbach alpha likert tipi ölçekler için sıklıkla kullanılmaktadır (Nartgün, 2016).

Tablo 3. Ölçek Boyutlarına İlişkin Güvenilirlikler

Değişkenler	Cronbach Alpha	Madde Sayısı
Devir Planlamasının Resmîyeti	0,814	15
Normatif Bağlılık	0,864	11
Duygusal Bağlılık	0,812	8
Devamlılık Bağlılığı	0,872	10

Boyutlara ilişkin Cronbach Alpha değerleri 0,800 üzerinde hesaplanmıştır. Buna göre ölçek boyutlarının araştırma için yüksek güvenilirlikte olduğu bulunmuştur.

Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki veya daha fazla değişken arasında bir ilişki olup olmadığını ve bir ilişki varsa bu ilişkinin ciddiyetini ortaya çıkaran istatistiksel bir analizdir. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 ($-1 \leq r \leq +1$) arasında değişen değerler olsa da 0,00 ile 0,25 arasındaki değer 'çok zayıf', 0,26 ile 0,49 arasındaki değer 'zayıf', 0,50 ile 0,69 'orta', 0,70 ile 0,89 arasındaki bir değer 'yüksek' ve 0,90 ile 1,00 arasındaki bir değer 'çok yüksek' olarak yorum yapılabilmektedir. Pozitif bir korelasyon katsayısı, değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu gösterirken, negatif bir korelasyon, ters bir ilişki olduğunu göstermektedir (Gogtay ve Thatte, 2017).

Tablo 4. Korelasyon Analizi

Değişkenler	Devir Planlamasının Resmîyeti	Normatif Bağlılık	Duygusal Bağlılık	Devamlılık Bağlılığı
Devir Planlamasının Resmîyeti	1			
Normatif Bağlılık	,740*	1		
Duygusal Bağlılık	,270*	,247	1	
Devam Bağlılığı	-,279*	,275*	,238	1
*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).				
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Değişkenler arası korelasyon değerleri incelendiğinde; normatif bağlılık ile devir planı arasında 0,740, duygusal bağlılık ve devir planı arasında 0,270 büyüklüğünde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Devam bağlılığı ile devir planı arasında ise negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Regresyon Analizi

Doğrusal regresyon y olarak isimlendirilen sayısal bir bağımlı değişkenle x olarak ifade edilen bir veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi modelleme yaklaşımıdır. Regresyon modelindeki bağımsız değişken sayısı bir ise model basit doğrusal regresyon olarak tanımlanır. Modelimizde devir planının resmîyet seviyesi bağımlı değişken olmak üzere, örgütsel bağlılığın alt boyutları (normatif

bağlılık, duygusal bağlılık, devam bağlılığı) olan bağımsız değişkenlerin etkileri aşağıdaki regresyon modeli ile açıklanmıştır.

Tablo 5. Doğrusal Regresyon Modeli

Bağımlı Değişken: Devir Planlamasının Resmîyeti	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p.
	B	Std. Hata	Beta		
(Sabit)	1,717	1,090		1,603	,114
1 Normatif Bağlılık	,100	,120	,104	,831	,021
Duygusal Bağlılık	,581	,214	,336	2,719	,009
Devam Bağlılığı	-,291	,094	-,388	-3,108	,003
R: 0,455, R Square: 0,207					
F: 24,971 Sig:0,001					

F: 24,971 olup buna ilişkin sig değeri $0,001 < 0,05$ olduğundan model parametrelerinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Tablodaki Beta değerleri bağımsız değişkenlerin katsayılarını göstermektedir. Bağımsız değişkenler beta değerleri büyüklüğünde bağımlı değişkeni etkilemektedirler. Bu etkilerin istatistiksel olarak anlamlı olabilmesi için, Beta değerlerine karşılık gelen sig. değerlerinin $0,05$ önem düzeyinden küçük olması istenmektedir.

Duygusal bağlılığın denklemdeki katsayısı ise $0,336$ olup devir planı üzerindeki etkisi normatif bağlılığa göre daha yüksektir. Katsayıya ilişkin sig. değeri $0,009$ olup $0,05$ önem düzeyinden küçük istatistiksel olarak anlamlıdır.

Devamlılık bağlılığının devir planı üzerindeki etkisi negatif bulunmuştur. Bağımsız değişkene ait katsayı $-0,388$ olup sig değeri $0,003 < 0,05$ 'tir. Devamlılık bağlılığının devir planı üzerinde etkisi vardır, negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır.

Normatif bağlılığın denklemdeki katsayısı $0,104$ ve buna ait sig.değeri $0,021 < 0,05$ 'tir. Normatif bağlılığın devir planı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu bulunmuştur.

SONUÇ

Aile işletmeleri ülke ekonomilerinin omurgaları niteliğinde olup, sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınma ve istihdam için en önemli kurumlardan biridir. Sürdürülebilir aile işletmeleri için gereken en önemli unsurlardan biri ise başarılı devir süreçleridir. Devir sürecinin başarıyla sonuçlanması, sürecin aktörleri olan halef ve selef arasındaki iletişimin fonksiyonelliğine bağlı olmakla birlikte, aktörlerin motivasyon ve eğilimlerine de bağlı olduğu görülmektedir. Halefin devralmaya olan istekliliği, yeterliliği ve hazırlığı kadar, mevcut liderin istekliliği ve hazırlığı başarılı bir devir süreci için önem arz etmektedir.

Dolayısıyla bu çalışma Amerika ve Avrupa ülkelerinde sıklıkla ele alınan aile işletmelerinde örgütsel bağlılık konusunun Türkiye'deki aile işletmeleri özelinde incelenmesi bakımından literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda İstanbul genelinde bir araştırma yapılması amaçlanmış, lakin zaman ve maliyet kısıtları göz önünde bulundurularak araştırma evreni İstanbul Sanayi Odası'na kayıtlı aile işletmeleri olarak daraltılmıştır.

Devir planlaması ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi hem örgütsel bağlılık literatürüne hem de aile işletmeleri literatürüne katkı sağlamaktadır. Örgütsel bağlılık kavramı 2000'li yıllardan sonra aile işletmeleri evreninde incelenmeye başlanmıştır. Bu konuya ilişkin öncü çalışmalar aileden olmayan çalışanların işletmeye bağlılığı veya bir sonraki neslin aile işletmesine bağlılığını incelemektedir. Özellikle örgütsel bağlılık kavramı devir planlaması ile ilişkilendirildiğinde yeni neslin bağlılığı odak noktası olarak öne çıkmaktadır. Devir sürecinin başarılı bir şekilde ilerlemesi halefin yani yeni neslin bağlılığı ile yakından ilişkilidir. Bu çalışma halefin aile işletmesine bağlılığını inceleyen çalışmalardan farklı olarak sonraki nesil liderlerin aile işletmesine bağlılığının incelenmesi açısından hem literatüre hem de liderlere farklı bir perspektif sunmaktadır.

Araştırmalar gösteriyor ki aile işletmelerini tanımlayan karakteristik özelliklerden biri de yönetimin nesilden nesle devredilmesi niyetidir. Sosyal ve örgütsel psikolojideki araştırmalar alana çok ciddi katkı sunmuş olmalarına rağmen bu çalışmalarda liderin rolü göz ardı edilmiştir. Aile işletmeleri, finans ve ekonomi araştırmaları lideri göz önünde bulundururken davranış farklılıklarını göz ardı etmişlerdir (Uhlener vd., 2007). Literatürde sıklıkla bahsedildiği gibi göz ardı edilen devir planlamasının arkasında duygusal nedenler olabildiği gibi finansal veya kültürel nedenler de olabilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın liderlere bu nedenleri anlayarak çözüm yolu bulabilmeleri adına katkı sunabileceği düşünülmektedir.

Araştırmada örgütsel bağlılık ölçeği ile liderlerin bağlılığının arkasında farklı nedenler olabileceği sonucuna varılmıştır. Liderlerin bağlılığının boyutları devir planlamasını farklı yönde etkilemektedir. Görünen o ki, aile işletmelerinde liderlerin büyük bir bölümü işletmelerine duygusal olarak bağlı olsalar ve aileden birine devretmeyi planlasalar dahi, devir planlamasını göz ardı etme eğiliminde olup yazılı veya resmi bir planlama yapılmasına gereken önemi vermemektedirler. Bu bağlamda gelecek araştırma önerisi olarak lider ile halefi arasındaki güven düzeyinin, liderin bağlılığı veya devir planlamasının resmiyet seviyesine etkisinin araştırılması, planlama eksikliğinin nedenlerini anlamamıza katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Tagiuri, R., & Davis, J. (1992). On the goals of successful family companies. *Family Business Review*, 43-62.
- Astrachan, J., & Shanker, M. (2003). Family businesses' contribution to the U.S. economy: A Closer Look. *Family Business Review*, 211-219.
- Atabey Kıran, M., & Gözen, A. (2021). Effects of incumbent's commitment in family business on succession planning. *Journal of Industrial Policy and Technology Management*, 4(1), 77-92.
- (2018). *Avrupa aile şirketleri raporu Türkiye sonuçları*. İstanbul: PWC Türkiye.
- Aydın, E. (2018). *Aile İşletmelerinin sürdürülebilirliğinde paradoks: Duygusal sahiplik olgusunun rolü*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Basly, S., & Saunier, P.-L. (2020). Family members' commitment to the firm and family business continuity: investigating the mediating role of family-to-firm identity fit and emotional attachment. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), 9-32.
- Cabrera-Suarez, K., De Saa-Perez, P., & Garcia-Almeida, D. (2001). The Succession process from a resource- and knowledge-based view of the family firm. *Family Business Review*, 14(1), 37-47.
- Campell, N. D., Heriot, K. H., & Welsh, D. H. (2007). The Black Box: Unraveling Family Business Succession. *New England Journal of Entrepreneurship*, 9-14.
- Campopiano, G., Calabro, A., & Basco, R. (2020). The "Most Wanted": The Role of family strategic resources and family involvement in CEO succession intention. *Family Business Review*, 284-309.
- Chirico, F., Salvato, C., Byrne, B., Akhter, N., & Muzquiz, J. (2018). Commitment escalation to a failing family. *Journal of Small Business Management*, 56(3), 494-512.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19-39.
- Daspit, J. J., Holt, D. T., Chrisman, J. J., & Long, R. G. (2016). Examining family firm succession from a social exchange perspective: A multiphase, multistakeholder review. *Family Business Review*, 29(1), 44-64.
- Dawson, A., Sharma, P., Irving, P., Markus, J., & Chirico, F. (2015). Predictors of later-generation family members' commitment to family enterprises. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 545-569.
- De Massis, A., Chua, J. H., & Chrisman, J. J. (2008). Factors preventing intra-family succession. *Family Business Review*, 21(2), 183-199.
- Filser, M., Kraus, S., & Mark, S. (2013). Psychological aspects of succession in family business management. *Management Business Review*, 256-277.
- Gogtay, N., & Thatte, U. (2017). Principles of Correlation Analysis. *Journal of the Association of*, 65(3), 78-81.
- Hall, A., Melin, L., & Nordqvist, M. (2001). Entrepreneurship as radical change in the family business exploring the role of cultural patterns. *Family Business Review*, 193-208.
- Handler, W. C. (1989). Methodological issues and considerations in studying family businesses. *Family Business Review*, 3(11), 257-276.

- Handler, W. C. (1994). Succession in family business: A review of the research. *Family Business Review*, 2(7), 133-157.
- Ibrahim, A., Soufani, K., & Lam, J. (2001). A study of succession in a family firm. *Family Business Review*, 245-258.
- Jackson, T. A.-H. (2013). Leadership, commitment and culture: A meta-analysis. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 1(20), 84-106.
- Kula Kartal, S., & Mor Dirlik, E. (2016). Geçerlik kavramının tarihsel gelişimi ve güvenilirlikte en çok tercih edilen yöntem: Cronbach Alfa Katsayısı. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1865-1879.
- Lansberg, I. (1999). *Succeeding generations: Realizing the dream of families in business*. Boston: Harvard Business School Press.
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., & Steier, L. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 305-328.
- Mahto, R., Chen, J.-S., McDowell, W., & Ahluwalia, S. (2019). Shared Identity, Family Influence, and the Transgenerational Intentions in Family Firms. *Sustainability*, 11.
- Monk, R. (2000). Why Small Business fail. *CMA Management*, 74(6), 12-13.
- Nartgün, Z. (2016). Klasik test kuramındaki Cronbach α Güvenirlik Katsayısı ile örtük özellikler kuramındaki bilgi fonksiyonları ve marjinal güvenilirlik katsayısının karşılaştırılması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 143-161.
- Nicholson, N., & Björnberg, A. (2008). The shape of things to come - emotional ownership and the next generation in the family firm. *International Family Owned Business Conference*. Barcelona.
- Nordqvist, M., Wennberg, K., Bau, M., & Hellerstedt, K. (2013). An entrepreneurial process perspective on succession in family firms. *Small Business Economics*, 1087-1122.
- Orth, U. R., & Green, M. T. (2009). Consumer loyalty to family versus non-family business: The roles of store image, trust and satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 248-259.
- Porsuk, D. (2018). Aile işletmelerinde, aile – işletme ilişkileri, sorunları ve çatışmalarında yönetim danışmanlığı yöntemi olarak “sistemik yaklaşımla -aile-organizasyon dizimi”. 8. *Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı*. İstanbul: AGMER.
- Rolan, L. (2020). *Commitment, trust, kinship: Building a legacy through succession planning*. Charlotte: ProQuest Dissertations Yayınları.
- Sharma, P., & Irving, P. G. (2005). Four bases of family business successor commitment: Antecedents and Consequences. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 4(25), 13-33.
- Sharma, P., Chrisman, J., & Chua, J. (1999). Strategic management of the family business: Past research and future challenges. *Family Business Review*, 1-36.
- Sharma, P., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (2003). Succession Planning a Planned Behavior: Some Empirical Results. *Family Business Review*, 1(26).
- Sharma, P., Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Steier, L. P. (2020). Family firm behavior from a psychological perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(1), 3-19.
- Tatoglu, E., Kula, V., & Glaister, K. (2008, Nisan). Succession Planning in family-owned business evidence from Turkey. *International Small Business Journal*, 26(2), 155-180.

- Uhlener, L. M., Floren, R., & Geerlings, J. R. (2007). Owner commitment and relational governance in the Privately-Held Firm: An Empirical Study., 275-293. *Small Business Economics*, 275-293.
- Ward, J. L. (1997). Growing the family business: Special challenges and best practices. *Family Business Review*, 4(10), 323-337.
- Zahra, S. A. (2012). Organizational learning and entrepreneurship in family firms: exploring the moderating effect of ownership and cohesion. *Small Business Economics*(38), 51-65.

Geliş Tarihi:

19 Ekim 2022

Kabul Tarihi:

4 Aralık 2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Şen Demirci, T., & Marşap, A. (2022). Kurumsal itibar algısının örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme üzerine etkisinin yeme içme sektöründe incelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1487-1511. doi: 10.46928/iticusbe.1191688

KURUMSAL İTİBAR ALGISININ ÖRGÜTSEL ÇEKİCİLİK VE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ÜZERİNE ETKİSİNİN YEME İÇME SEKTÖRÜNDE İNCELENMESİ

Araştırma

Tuğba Şen Demirci 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

tug_basen@yahoo.com

Akın Marşap 

İstanbul Aydın Üniversitesi

akinmarsap@aydin.edu.tr

Tuğba Şen Demirci, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme doktora öğrencisidir. Mado firmasında Pazarlama ve Kurumsal İletişim direktörü görevinde çalışmaktadır.

Prof. Dr. Akın Marşap, İstanbul Aydın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümü profesörüdür. Stratejik Yönetim ve örgütsel davranış alanlarında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

KURUMSAL İTİBAR ALGISININ ÖRGÜTSEL ÇEKİCİLİK VE ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME ÜZERİNE ETKİSİNİN YEME İÇME SEKTÖRÜNDE İNCELENMESİ

Tuğba Şen Demirci
tug_basen@yahoo.com
Akın Marşap
akinmarsap@aydin.edu.tr

Özet

Hizmet sektörü incelendiğinde, müşterilerin kalite algısı, hizmetten memnuniyeti ve kurum hakkındaki düşüncelerinin oluşumunda ona hizmet veren çalışanın etkisinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, çalışan davranışının çok etkili olduğu bu sektörde kalifiye personeli örgüte çekmek ve örgütle özdeşleşmesini sağlamak oldukça önemli hale gelmiştir. Örgütler için bu örgütsel davranışları sağlamak adına ise günümüzde birçok işletmenin üzerinde durduğu kavram kurumsal itibardır.

Amaç: Bu araştırmanın amacı yeme içme sektöründe çalışanların kurumsal itibar algılarının örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme üzerine etkisini araştırmaktır.

Yöntem: Araştırmanın evreni, İstanbul ilinde yeme içme sektöründe çalışan 361.941 kişiden oluşmaktadır. Örneklem kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 812 kişiden oluşmakta olup veriler anket uygulaması ile toplanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerle Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılarak faktörler belirlenmiş, sonrasında Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) yapılmış, uyum iyilikleri olumlu sonuç vermiştir. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) tahmin edilerek ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Alt boyut ilişkilerini ölçümlemek için de korelasyon analizi yapılmıştır.

Bulgular: Yapılan Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) tahmin modeline Kurumsal itibar tüm alt boyutları ile birlikte örgütsel çekiciliği ve örgütsel özdeşleşmeyi pozitif yönde ve anlamlı etkilemektedir. Kurumsal itibar genel boyutu; örgütsel çekicilik genel boyutunu %62,4 , örgütsel özdeşleşme genel boyutunu %52,8, oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Literatürde kurumsal itibarın bu çalışmada kullanılan alt boyutları ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkilerin incelendiği başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Böylece çalışmada elde edilen kurumsal itibarın boyutlar bazında örgütsel çekicilikle ilişkilerine yönelik bulguların literatüre kurumsal itibar ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkiye dair daha detaylı ampirik kanıtlar sunarak katkı sağladığı değerlendirilmektedir.

Özgünlük: Araştırmada incelenen üç değişkenin bir arada kullanıldığı literatürde çok sayıda araştırmaya rastlanılmadığından bu çalışmanın alan yazına katkıda bulunması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İtibar Algısı, Örgütsel Çekicilik, Örgütsel Özdeşleşme, Yenilikçi Davranış Eğilimleri

JEL Sınıflandırması: M1, M12, O15, C12

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF PERCEPTION OF CORPORATE REPUTATION ON ORGANIZATIONAL ATTRACTION AND ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION IN THE FOOD AND BEVERAGE SECTOR

Abstract

When the service sector is examined, it is seen that the effect of the employee serving it on the quality perception of the customers, their satisfaction with the service and the formation of their thoughts about the institution is quite high. Therefore, in this sector, where employee behavior is very effective, it has become very important to attract qualified personnel to the organization and to ensure that they identify with the organization. In order to provide these organizational behaviors for organizations, the concept that many businesses focus on today is corporate reputation.

Purpose: The aim of this research is to investigate the effect of corporate reputation perceptions of employees in the food and beverage industry on organizational attractiveness and organizational identification.

Method: The universe of the research consists of 361,941 people working in the food and beverage sector in Istanbul. The sample consists of 812 people selected by the convenience sampling method, and the data were collected by questionnaire application. Explanatory Factor Analysis (EFA) was performed with the data obtained in the research, and the factors were determined, then Confirmatory Factor Analysis (CFA) was performed, and the goodness of fit gave positive results. Structural Equation Model (SEM) was estimated to determine the relationships and correlation analysis was performed to measure the sub-dimension relationships.

Findings: According to the Structural Equality Model (SEM) estimation model, corporate reputation, together with all its sub-dimensions, affects organizational attractiveness and organizational identification positively and significantly. The overall dimension of corporate reputation; it affects the general dimension of organizational attractiveness by 62.4% and the general dimension of organizational identification by 52.8%, positively (increasingly). No other study has been found in the literature examining the relationships between the sub-dimensions of corporate reputation used in this study and organizational attractiveness. Thus, it is evaluated that the findings on the relationship between corporate reputation and organizational attractiveness obtained in the study contribute to the literature by providing more detailed empirical evidence on the relationship between corporate reputation and organizational attractiveness.

Originality: It is expected that this study will contribute to the literature since there are not many studies in the literature in which the three variables examined in the study are used together.

Keywords: Perception of Institutional Reputation, Organizational Attractiveness, Organizational Identification, Innovative Behavior Tendencies

JEL Classification:

GİRİŞ

Rekabet koşullarının gittikçe arttığı günümüzde, önemli ekonomik birimler olan işletmelerin başarısı, bunların rakiplerine kıyasla ürün ve hizmet sunumlarında yaratacakları pozitif farklılığa, işgücünün performansına ve etkinliğine ve tabiki emeğin kalifikasyonunu kurum içinde yükseltmeye ve bunları da kurum içinde tutmalarına bağlıdır. Bunu da bütün bunlar üzerinde etkisi bulunan kurumsal itibarı olumlu yönde sağlamaları ile başarabilirler.

Günümüzde ürün ve hizmetleri takit etmek çok kolay hale gelmişken kurumsal itibar, taklit edilemez önemli bir stratejik kaynak olarak rekabette fark yaratmaktadır.

Sosyal paydaşların duygularından, düşüncelerinden ve algılarından oluşan kurumsal itibar kavramı, şirketlerin başarısı için son derece önemlidir. Bu kavram çok boyutlu ve karmaşık bir örgüye sahiptir. Çalışmanın ana odak noktası olan kurumsal itibarın çok boyutluluğu ve disiplinler arası özellikler göstermesi, bu olgunun farklı birtakım kavramlar üzerinde de etkisinin olması durumunu doğurmaktadır. Bu kapsamda çalışmada, kurumsal itibarın, örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkileri hem teorik hem de uygulamalı şekilde ortaya konulmuştur.

Örgütsel çekicilik, hem mevcut hem de aday çalışanların firmaya yönelik “çalışma cazibesi algısını” ihtiva etmektedir. Bu algının, istek ve beğeni şeklinde somutlaştığı durumun bir tarifidir. Örgütsel çekicilik, bir yandan kalifiye personelin o işletmede çalışmak istemesine etki eden bir kavram iken bir yandan da mevcut çalışanların çalışmaya devam etmeleri için itici bir güçtür. Örgütsel çekicilik sağlamanın, yüksek nitelikli çalışanları başarılı bir şekilde örgüte çekmek ve elde tutmak için çok önemli olduğu kabul edilmektedir. Zira nitelikli işgücünü örgüte çekmenin rekabet gücü açısından önemli bir kaynak oluşturacağı belirtilmektedir (Story et. al., 2016: 487). Günümüz rekabet şartlarında iyi çalışanı işletmeye çekmek ve işletmede kalmasını sağlamanın çok önemli olduğu bilinmekle birlikte kurumsal itibarı yüksek olan işletmelerin çalışanlara daha cazip geldiği görülmektedir.

Algılanan kurumsal itibarın etkilediği bir diğer kavram ise örgütsel özdeşleşmedir. Örgütle özdeşleşmiş çalışanın, kendini örgütü ile tanımladığı, örgütün değerlerini içselleştirdiği ve örgütün amaçları yönünde gönüllü şekilde çalıştığı görülmektedir.

Örgütsel özdeşleşme, bir bireyin kendisini tanımlarken üyesi olduğu örgütün sahip olduğunu düşündüğü özellikleri kullanma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Gün & Turabik, 2017: 889). Çalışanlar, ne kadar örgütün değerlerini içselleştirir ve özümseyerek kendilerini tanımlamak için bu değerleri kullanırlarsa o kadar bu değerlere uygun düşünür ve hareket ederler. Bu noktada örgütler için istenilen bir durum olan örgütsel özdeşleşme ile kurumsal itibarın ilişkili kavramlar olduğu görülmektedir. Kendini kurumu ile bağdaştıran birey için çalıştığı kurumun itibarlı olması, çevresi tarafından saygı duyulan bir kurum olması oldukça önemli olmaktadır. Kişi o kurumun bir parçası olmaktan gurur duymakta ve orada çalışmaktan mutlu olmaktadır. Böylece itibarın kuruma karşı

özdeşleşme sağlama konusunda motive edici bir güç olduğu görülmektedir.

Çalışmada, ilk olarak kurumsal itibar, örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme kavramlarına ilişkin teorik ve kavramsal çerçeve incelenmiş olup kurumsal itibarın ifade edilen bu olguları etkileme potansiyeli araştırılmıştır. Bu kavramların, özellikle hizmet sektöründe çok daha önemli olduğu varsayımından yola çıkılarak yeme içme sektöründe uygulama gerçekleştirilmiştir. Uygulama kapsamında İstanbul ili yeme-içme sektöründe faaliyet gösteren firmalara “kurumsal itibar, örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme” olmak üzere üç başlık altında hazırlanan ölçek maddelerini içeren anket soruları yöneltilmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde nicel tarama yöntemi kullanılarak örnekleme metodu kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda verilerin analizi, SPSS 25.0 ve Amos 23.0 kullanılarak yapılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kurumsal İtibar

Sosyal paydaşların duygularından, düşüncelerinden ve izlenimlerini içeren algılarından oluşan kurumsal itibar kavramı ise şirketlerin başarısı için son derece önemlidir. Bu kavram çok boyutlu ve karmaşık bir örgüye sahiptir.

Dutton vd. (1994: 239-242) örgütsel itibarı tanımlarken kurumun dış algısına yoğunlaşmakta ve dışarıdan kurumun nasıl görüldüğü ile bu kavramı ilişkilendirmektedir. Mignonac vd. (2006:1-5)'ne göre kurumsal itibar, beşeri kaynakların kuruma yüklediği sosyal değerdir.

Kurumsal itibar, işletmelerin güvenilirliğinin değerlendirilmesidir. Peki neye göre? Değerlere, güvene ve yeteneklere göre. İtibarın kaynağı müşteri memnuniyeti, sunulan hizmetin ya da çıktının niteliği, kurumun beşeri kaynaklarına ilişkin kalite algısı, şeffaflık, sosyal sorumluluk gerçekleştirme düzeyi, sosyal ve özlükle ilgili konulardaki performansla ilintilidir.

Kurumsal itibar, bireylerin kendi algılamalarını ile ilgilidir ve bireyin duydukları, bildikleri deneyimledikleri sonucunda oluşmaktadır. Kurumsal itibarın bu öznel-bireysel boyutu, itibar algısının iş görenlerin performanslarının da bir belirleyicisi olabileceği anlamına gelir. Bireyler, iş gördükleri kurumları diğer kurumlardan ayrıcalıklı ve özgün görürlerse, bu durum emek üzerinde kurumsal itibar algısının da etkili olmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla işgörenlerin benlik geliştirme süreçleri olumlu etkilenecek ve işin ve de çalışılan işletmenin kendileri için bir ödül olarak görülmesi söz konusu olabilecektir. Aksi bir durumda ise örgüt ile çalışanların ortak paydaları yok olacaktır (Fuller, 2006: 815-817; Carmeli, 2004: 314-320).

Kurumlar hangi değerler ile farklılaşmak ve nasıl anılmak istiyorlar ise buna göre aksiyon planları hazırlayarak tüm birim ve çalışanları bu yönde hareket ettirmeli ve tüm paydaşların da öne çıkarılan bu değerleri anlaması ve şirketi bu şekilde algılaması için çalışılmalıdır.

Fombrun, Gardberg ve Sever (2000: 240-245) kurumsal itibarı altı temel bileşene ayırmıştır.

Duygusal Cazibe: İşletmenin güven verici, saygın ve beğenilen bir kurum olması ve kişinin kuruma olumlu duygular beslemesi hayranlık duyması

Mal ve Hizmet: İşletmenin ürünlerinin ve hizmetinin kaliteli olması, ürünün ve hizmetinin arkasında durması, farklı, yenilikçi ürünler ve hizmet üretmesi, ödediği paraya değer olması

Kuramsal Çevre: Sınırları çizilmiş iş tanımları, yüksek iş tatmini, çalışma ortamının konforu, adil yönetim sergilenmesi, kalifiye personeller ile çalışılması

Vizyon ve Liderlik: Vizyoner bir firma olması, sektöründe lider olması, pazardaki fırsatları görebilecek nitelikte olması ve şirketin yüzü olan liderin etkin ve yetkin olması

Sosyal Sorumluluk: İşletmenin mal ve hizmet üretirken içinde yaşadığı toplumu da düşünerek hareket etmesi, doğaya, çevreye saygılı olması, topluma fayda getirecek faaliyetlerde bulunması

Finansal Performans: İşletmenin sürdürülebilir yüksek bir karlılığa sahip olması, rakiplerden daha iyi olması, iyi bir satış grafiğine sahip olması, kredibilitesinin yüksek olması

İşletmenin ne zaman kurulduğu, kaç yıllık firma olduğu, büyüklüğü, sahiplerinin tanınırlığı, medya önündeki yeri, sosyal sorumluluk projelerine katılımı gibi faktörler kurumsal itibarın oluşumuna etki etmektedir. Oluşan kurumsal itibar ise; fiyat duyarlılığını azaltma, yüksek fiyatlama avantajı sağlama, yatırım avantajı gibi finansal kazançların yanı sıra çalışılmak istenen yer olunması, müşteri tercihinin ve bağlılığına etkisi gibi ilişki avantajları da beraberinde getirmektedir.

Örgütsel Çekicilik

Örgütsel çekicilik, bir işe başvurmayı veya kabul etmeyi düşünmeye istekli, ilgili özelliklere sahip kişilerin sayısını artırmak için tasarlanmış faaliyetlere odaklanma olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle örgütler veya işler, insanların davranışlarının veya niyetlerinin etkilendiği ve etkinleştirildiği, yani insanların işe başvurmaları veya örgüte katılmak istedikleri şekilde yaklaşım tepkilerinin uyandırıldığı çekim nesnelere olarak kabul edilebilmektedir (Straulino, 2012: 41). Tsai ve Yang (2010: 49) örgütsel çekiciliği, başvuranların bir organizasyonda iş aramaya ve iş tekliflerini kabul etmeye istekli olmaları olarak nitelendirmektedir.

Günümüz rekabet koşullarında insan kaynaklarının öneminden bahsederken nitelikli, kalifiye personel ile çalışmanın önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Örgütsel çekicilik sağlamanın ise yüksek nitelikli çalışanları başarılı bir şekilde örgüte çekmek ve elde tutmak için çok önemli olduğu kabul edilmektedir. Zira nitelikli işgücünü örgüte çekmenin rekabet gücü açısından önemli bir kaynak oluşturacağı belirtilmektedir (Story et. al., 2016: 487).

Highhouse, Lievens ve Sinar (2003) örgütsel çekiciliği genel çekicilik, takip etme niyeti ve prestij olmak üzere üç boyutlu bir yapıda ele almaktadır (Highhouse et. al., 2003: 989):

Genel çekicilik, bireylerin birçok iş ve örgütsel özellik dahil olmak üzere iş fırsatlarının çekiciliğine

ilişkin genel değerlendirmesini içermektedir (Derous & Wille, 2017: 3).

Prestij, bir kuruluşun iş ortamında dış (müşteriler ve diğer dış paydaşlar nezdinde) ve şirket içinde (çalışanlar ve iç paydaşlar nezdinde) görece konumuna ilişkin bireysel izlenimlerin toplamını ifade etmektedir (Derous & Wille, 2017: 4).

Takip etme niyeti, bir kişinin bir organizasyonda istihdam arayışını sürdürme niyetini yansıtmaktadır (Strobel et. al., 2010: 215).

Son yıllarda, örgütsel çekicilik üzerine yapılan çalışmalar katlanarak büyüme göstermektedir. Bunun bir nedeni, örgütsel çekiciliğin, örgütlerin başarısı için kritik bir bileşen olarak görülmesidir. Örgütsel çekicilik, aralarında son derece yetkin ve üretken çalışanların çekilmesi ve seçimi de dahil olmak üzere, kuruluşların genel verimliliğini etkileyen faktörler üzerindeki etkisi nedeniyle önem taşımaktadır.

Potansiyel adaylar için örgütün sağladığı ekonomik şartlar, kariyer fırsatları, kurumsal yapı önemli olmakla birlikte tek başına bu araçsal özellikler rekabette kurumun ayrışmasını sağlayamamaktadır. Bu noktada potansiyel adaylar için örgütlerin araçsal özelliklerinin yanı sıra liderlik, vizyon, prestij, yenilik, itibar gibi sembolik özelliklerin de önemli hale geldiği görülmektedir.

Kurumsal itibar ile örgütsel çekicilik arasında önemli bir ilişki olduğu yapılan araştırmalarda ortaya çıkmaktadır. İtibarlı bir şirkette çalışmak kişinin kendine olan saygısını, benlik kavramını da artıracak için kurum kişiye daha cazip hale gelmektedir.

Turban ve Cable (2003: 733), kurumsal itibarı, daha yüksek kaliteli başvuru sahiplerini seçmenin anahtarı olarak tanımlamaktadır. İyi bir itibara sahip bir şirketin, olası çalışanı etkileyerek çekicilik sağlayabileceği ve onu işe başvurmaya teşvik edebileceği, böylece bu yaklaşımın kuruma değer katacağı belirtilmektedir (Aslan vd., 2010: 4).

Örgütsel Özdeşleşme

Örgütsel özdeşleşme, bireyin kendi örgütünü tanımladığına inandığı niteliklerle kendisini tanımladığı psikolojik bir durumu nitelemekte ve bu kimlik duygusunu yansıtmaktadır (Lee et. al., 2015: 1049).

Örgütsel özdeşleşme, bireylerin örgüt kimliğinin bir parçası olduğunu hissetmesi ve örgütünü özümseyerek değerleri ile kişiselleştirmesidir.

Ashforth ve Mael (1989) çalışmalarında sosyal kimlik teorisini kuramsal örgütsel literatüre dahil ederek, örgütsel özdeşleşme ile ilgili şu bulguları belirtmişlerdir; (Tüzün & Çağlar, 2008: 1014)

- Örgüt diğer örgütlerle karşılaştırıldığında daha farklı (bir şekilde örgütün benzersiz algılanması) algılanıyor ise, özdeşleşme potansiyeli yükselmektedir,
- Örgüt üyeleri örgütün kimliğinin çekiciliğini yüksek oranda algıladıklarında, öz saygıları artmakta ve özdeşleşme gerçekleşmektedir,

- Örgüt üyeleri örgütün prestijini ne kadar yüksek düzeyde algırlarsa, özdeşleşme potansiyelleri de o düzeyde artmaktadır,

- Hedeflerdeki ortaklık, etkileşim, benzerlik ve ortak geçmişe sahip olma özdeşleşmeyi geliştirmektedir, örgüt dışındaki gruplardan gelen tehditler, kişinin dahil olduğu gruba özdeşleşme düzeyini artırmaktadır.

Kendini örgütüyle bir hisseden çalışan, örgütün amaçlarını gerçekleştirmek için daha çok çaba sarf etmeye istekli olur, o amacı kendi amacı gibi görerek gönüllü şekilde çalışır. Örgütüyle özdeşleşmiş personelin kurumun gönüllü elçisi olduğu, kurumla işbirliği yapma eğilimi gösterdiği, pozitif davranışlar sergileyerek kurum içi işbirliğini artırdığı, daha fazla emek harcayarak verimlilik ve üretkenliğe katkı sağladığı, iş tatmininin yüksek olduğu, işten ayrılma niyetinin az olduğu yapılan araştırmalar sonucunda görülmüştür.

Alanyazın incelendiğinde örgütsel özdeşleşmenin üzerinde birçok bireysel ve örgütsel faktörün etkisinin olduğu görülmektedir. Demografik özellikler, duygulanım, duygusallık, değerler gibi unsurlar bireysel özellikleri ihtiva ederken iletişim, örgütsel güven, örgütsel imaj, örgütsel destek, liderlik, örgütsel sinizm gibi faktörlerde örgütsel özellikler olarak özdeşleşme üzerinde etkilidir.

Helm (2007) iyi bir itibara sahip olan bir kurumda çalışmanın ya da başarılı bir takımın oyuncusu olmanın insan davranışını güdülediğini ve işgörenlerin davranışlarını etkilediğini belirtmiştir. Kişi, örgütünü ne kadar itibarlı olarak algırlarsa, özdeşleşme yoluyla özsaygıya yönelik potansiyel artış da o kadar büyük olmaktadır (Smidts et. al., 2001: 1052). Yüksek itibara sahip, saygın bir kurumda çalışmak, toplum nezdinde prestijli bir örgütün parçası olmak, kendini örgütü ile tanımlayan birey için oldukça önemlidir. Bu nedenle, itibarı yüksek kurum algılaması çalışanların örgütüyle özdeşleşmesini artırmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Önemi

İşletme biliminde müşterilerin taleplerinin ve ihtiyaçlarının karşılanması ile toplumsal faydaya katkı sağlanması ana amaçlardan birisidir. Bu noktada firmaların kârlılıklarını, topluma hizmet misyonlarını ve varlıklarını, artan rekabet koşulları altında sürdürebilmeleri açısından özellikle imaj ve itibar ile işveren-iş gören ilişkilerinin analiz edilmesi oldukça önemlidir. Çalışmada özellikle son zamanlarda inceleme alanında daha çok yer bulan örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme, yine özellikle son zamanlarda önemi daha da çok anlaşılan kurumsal itibar olgusuyla bağlantıları çerçevesinde ele alınmıştır. Özellikle hizmet sektöründe, iş gören kesiminin artan önemi çalışan davranışlarına daha fazla odaklanmayı beraberinde getirmiştir. Bu nedenle araştırma İstanbul ilinde emek yoğun bir sektör olan yeme-içme sektöründe uygulanmıştır.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın 3 ayrı ana hipotezi bulunmakta olup bağımsız değişken olan kurumsal itibarın alt boyutlarına göre bu ana hipotezlere bağlı alt hipotezler geliştirilmiştir.

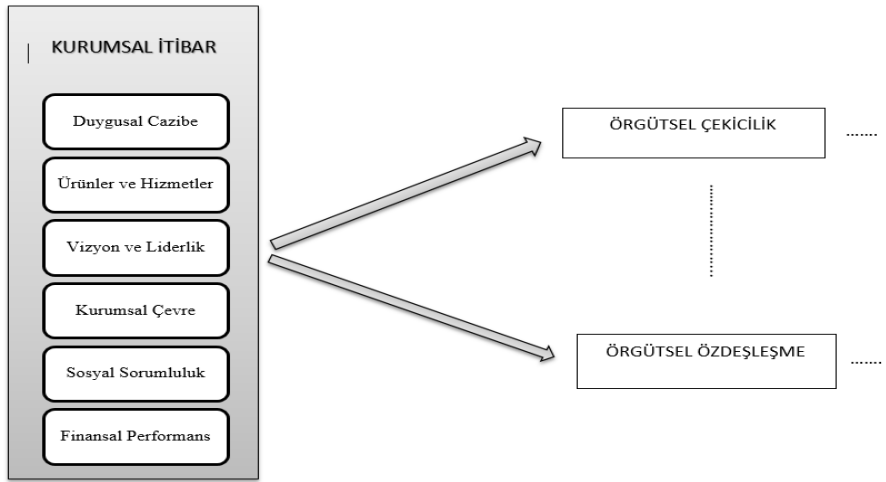
Hipotezler:

H1: Kurumsal itibarın; a- duygusal cazibe, b- sosyal sorumluluk, c- kurumsal çevre, d- vizyon ve liderlik, e- ürünler ve hizmetler ve finansal performans boyutları ile örgütsel çekicilik arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Kurumsal itibarın; a- duygusal cazibe, b- sosyal sorumluluk, c- kurumsal çevre, d- vizyon ve liderlik, e- ürünler ve hizmetler ve finansal performans boyutları ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Kurumsal itibarın; a- duygusal cazibe, b- sosyal sorumluluk, c- kurumsal çevre, d- vizyon ve liderlik, e- ürünler ve hizmetler ve finansal performans boyutları ile duygusal emek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Çalışmanın evrenini, İstanbul ilinde yeme-içme sektöründe görev yapan personel oluşturmaktadır. Türkiye genelinde yiyecek içecek sektöründe çalışan kişi sayısı, Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) Şubat 2022 istihdam verilerinden elde edilerek 754.044 olarak saptanmıştır. İllere göre ayırım Tuik verilerinde olmamakla birlikte 2018 yılında Ipsos bağımsız araştırma şirketi tarafından yapılan “food service monitor” araştırmasında ev dışı yeme içme tüketiminde İstanbul’un %48 ‘lik orana sahip olduğu verisine ulaşılmıştır. Bu iki veri dikkate alınarak ana kütle hesaplanmış ve ana kütle toplam 361.941 kişi (N= 361.941) olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örneklemini ise, tesadüfi olarak anketin dağıtıldığı ve araştırmaya gönüllü katılmayı kabul eden 812 kişi oluşturmaktadır.

Detayları tablo 1’de gösterildiği üzere çalışmanın evren büyüklüğüne göre örneklem sayısı 383 kişi olarak belirtilmektedir. Çalışmada 812 kişiye anket uygulanmış olup ana evreni (361.941) fazlasıyla temsil edebilmektedir.

Tablo 1. Araştırmanın evrenine göre örneklem sayısı

Evren Büyüklüğü	100	150	250	500	1000	5000	10000	50000	100000	1000000
Örneklem Sayısı	80	108	152	217	278	357	370	381	383	384

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014: 89.

Veri Toplama Aracı

Araştırmanın verisi, araştırma için geniş bir literatür taraması yapılarak geçerlilik ve güvenilirliği yapılmış ve birçok çalışmada kullanılmış ölçekler ile toplanmıştır. Tüm ölçekler, 5’li likert tipi (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ölçek şeklinde tasarlanmıştır. Kurumsal itibar algılarını ölçmek amacıyla Fombrun vd. (2000: 253) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmış olup Türkçe’ye uyarlanıp kullanılan birçok çalışmaya rastlamak mümkündür (Alınışık vd., 2010; Tinik, 2014, Kaplan, 2018). Bu ölçek; altı boyut ve toplam 20 ifadeden oluşmaktadır. Örgütsel çekiciliği ölçmek için çalışmaya ve örneklem yapısına uygun olarak Akman (2017) tarafından geliştirilen ve güvenilirlik ile geçerliliği Akman tarafından yapılan örgütsel çekicilik ölçeği kullanılmıştır. Örgütsel özdeşleşmeyi ölçmek için ise Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerliliği ve güvenilirliği Sökmen, Ekmekçiöğlü ve Çelik (2015) tarafından yapılan ölçek kullanılmıştır. Bu çalışmada kullanılan anket uygulaması için İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Komisyonu’n 09.06.2021 tarihli ve 2021/07 sayılı kararıyla gereken izinler alınmıştır.

Araştırmada Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma için veriler, İstanbul ilinde yeme-içme sektöründe çalışanlardan deneysel olmayan nicel bir araştırma yöntemi olan “anket yöntemi “ ile toplanmıştır. Anket hem online formlar hem de yüzyüze anket şeklinde iki yöntemle de toplanmıştır. Çalışma Mart 2022 - Temmuz 2022 arasında tamamlanmıştır. Her iki yöntemle toplanan verilerin analizi, IBM SPSS 25.0 sürümü ve Amos 23.0 sürümü kullanılarak yapılmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, belirli zaman diliminde, belirli bir sektörde ve belirli bir ilde yapılmış olup veriler ve bulgular bu şartlar ile sınırlıdır. Farklı zamanlarda, farklı sektörlerde ve farklı bölgelerde araştırmanın kavramsal modeli test edilebilir.

BULGULAR

Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Anketin iç tutarlılık sonuçları için Tablo 2’de detayları görülmekle birlikte güvenilirlik kriterleri, 0.70 değerinin üzerinde tespit edilmiştir.

Tablo 2. Anketin Güvenirlik Analizlerinin Sonuçları

Kriterler	Anketin Güvenirlik Sonuçları
Cronbach Alpha	0.908
Split	0.906-0.910
Parelel	0.907
Strict	0.908

Bu sonuçlara göre anket verilerinin güvenilir olduğu, kendi içerisinde tutarlı olduğu ve anket verileri ile yapılacak olan analizler ile ulaşılabacak sonuçların, gerçekçi değerleri yansıtacağı bulgusu elde edilmiştir.

Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerini gösteren yüzde dağılım tablosu aşağıda sunulmuştur

Tablo 3. Demografik Özellikler Sıklık ve Yüzde Dağılımları

Cinsiyet	f	%	Medeni Durum	f	%
Erkek	542	66,7	Evli	310	38,2
Kadın	270	33,3	Bekar	502	61,8
Toplam	812	100	Toplam	812	100
Yaş	f	%	Eğitim Durumu	f	%
20 Yaş ve Altı	131	16,1	İlköğretim	171	21,1
21-30 Yaş	362	44,6	Lise	389	47,9
31-45 Yaş	248	30,5	Meslek Yüksek Okulu	121	14,9
46 ve Üstü Yaş	71	8,7	Üniversite	128	15,8
Toplam	812	100	Master ve Doktora	3	0,4
			Toplam	812	100
Firmadaki Pozisyon	f	%	Firmadaki Çalışma Yılı	f	%
Garson	228	28,1	1 Yıldan Az	252	31
Komi	70	8,6	1-4 Yıl	295	36,3
Aşçı	186	22,9	4.1-7 Yıl	164	20,2
Çıracak	36	4,4	7.1-10 Yıl	64	7,9
Kasiyer	34	4,2	10 Yıldan Fazla	37	4,6
Barmen/Barista	47	5,8	Toplam	812	100
Müdür	45	5,5			
Mutfak Şef	58	7,1			
Bulaşık/Temizlik	51	6,3			
Diğer	57	7			
Toplam	812	100			

Tablo 3’ de görüleceği gibi çalışmaya erkek ağırlıklı bir kitle katılım sağlamışken çoğunluğunun bekar olduğu görülmektedir. Ankete katılanların çoğu 21-30 yaş aralığında olup lise mezunu oldukları görülmektedir. En çok garson pozisyonunda katılım sağlanırken 1-4 yıl arası çalışma süresine sahip olunduğu görülmektedir.

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)

Açıklayıcı faktör analizi çoklu madde sayısına sahip ölçeklerde birbiriyle ilişkili maddeleri bir araya getirerek anlamlı daha az sayıda faktör/değişken yapısına indirgenmesini sağlayan istatistik yöntemidir.

Tablo 4. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Kurumsal itibar Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
duygusal cazibe	%20.21	0.921	4,014
ürünler ve hizmetler	%14.14	0.919	3,971
vizyon ve liderlik	%11.56	0.917	3,909
kurumsal çevre	%9.72	0.916	3,903
sosyal sorumluluk	%7.06	0.915	3,894
finansal performans	%6.38	0.910	3,983
KMO= 0.929; Bartlett $\chi^2=7867.93$ ve $p= 0.000$; Varyans Açıklama Yüzde: %69.07			
Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Örgütsel Özdeşleşme	%68.14	0.916	4,011
KMO= 0.927; Bartlett $\chi^2=6937.10$ ve $p= 0.000$; Varyans Açıklama Yüzde: %68.14			
Örgütsel çekicilik Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Örgütsel Çekicilik	%65.02	0.913	3,851
KMO= 0.925; Bartlett $\chi^2=7023.44$ ve $p= 0.000$; Varyans Açıklama Yüzde: %68.14			

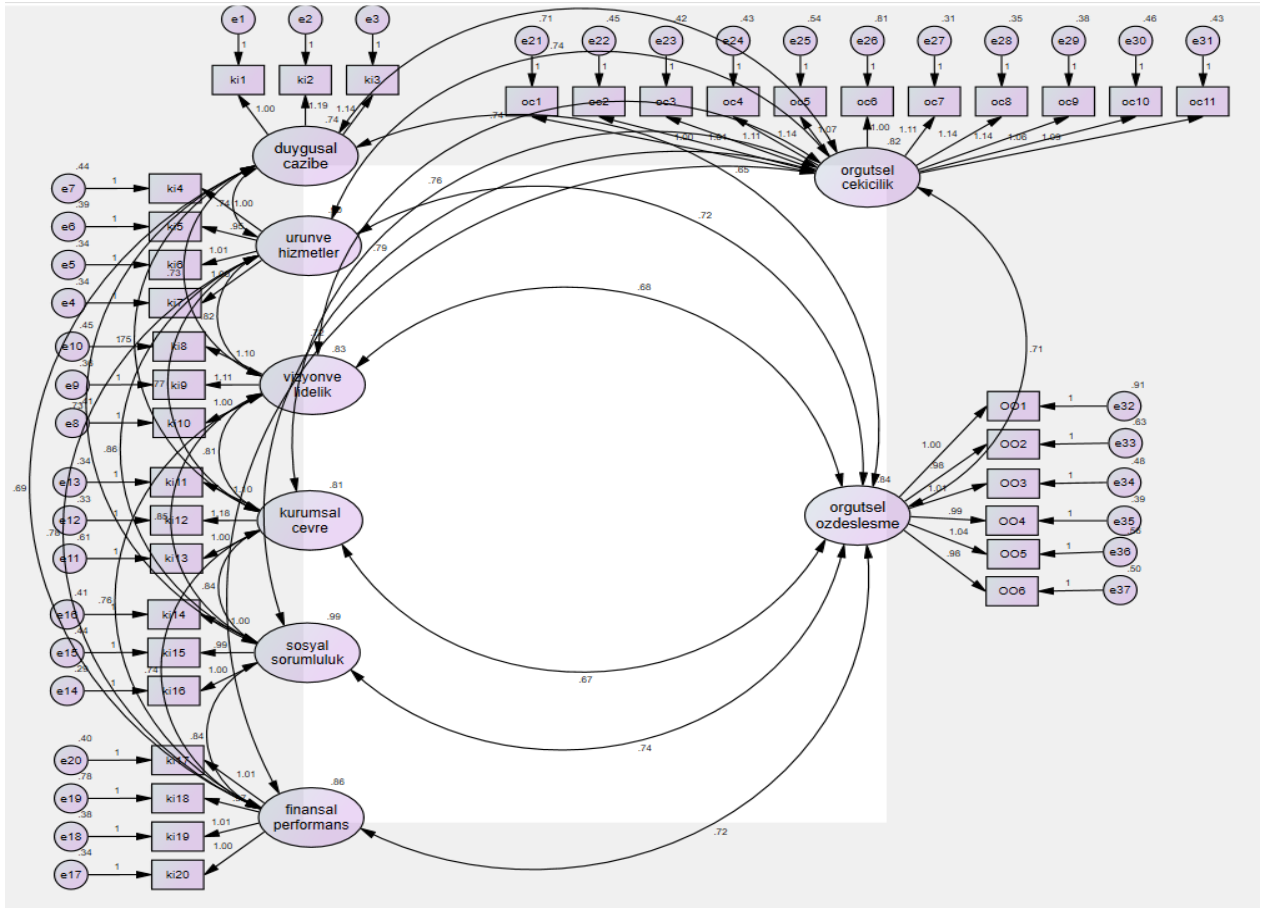
Faktör yapısında, kurumsal itibar için altı faktör, örgütsel özdeşleşme için bir faktör ve örgütsel çekicilik için bir faktör özdeğerleri 1’den yüksek olarak elde edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi düzeyi işaret eden 0.70 değerinin üzerinde olarak kurumsal itibar ölçeği 0.929, örgütsel özdeşleşme için 0.927 ve örgütsel çekicilik için 0.925 olarak elde edilmiştir. Bartlett küresellik testi, analize konu olan değişkenlerin tutarlılığını ölçmek için yapılan kurumsal itibar ölçeği için istatistik anlamlı ($\chi^2=7867.93$ ve $p= 0.000$), örgütsel özdeşleşme ölçeği için ($\chi^2=6937.10$ ve $p= 0.001$) ve örgütsel çekicilik ölçeği için ($\chi^2=7023.44$ ve $p= 0.001$) olarak elde edilmiştir. Anti- imaj korelasyon matrisi sonuçlarına göre, ifadelerin çapraz ilişki katsayıları kritik düzey olan 0.5’in

üzerinde elde edilmiştir. Faktör ağırlıkları kurumsal itibar ölçeği için (0.64-0.78) arasında, örgütsel özdeşleşme için (0.59-0.79) arasında ve örgütsel çekicilik için (0.60-0.82) arasında elde edilmiştir. Böylece 0.20 değerinin altında bir soru olmadığı için ölçeklerin hiçbirinden soru çıkarılmamış, tüm ölçekler mevcut halleriyle kullanılmıştır.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

DFA, Açıklayıcı Faktör Analizi yapıldıktan sonra elde edilen yeni alt boyutların/ faktörlerin geçerliliğini, birbiriyle ilişkilerinin yeterlilik düzeyini ve bu faktörlerin modeli yeteri kadar açıklayıp açıklayamadığını sınamak için kullanılan istatistik yöntemidir.

Şekil 2. DFA Analizi Sonuçları



Tablo 5. DFA Uyum İyiliği Sonuçları

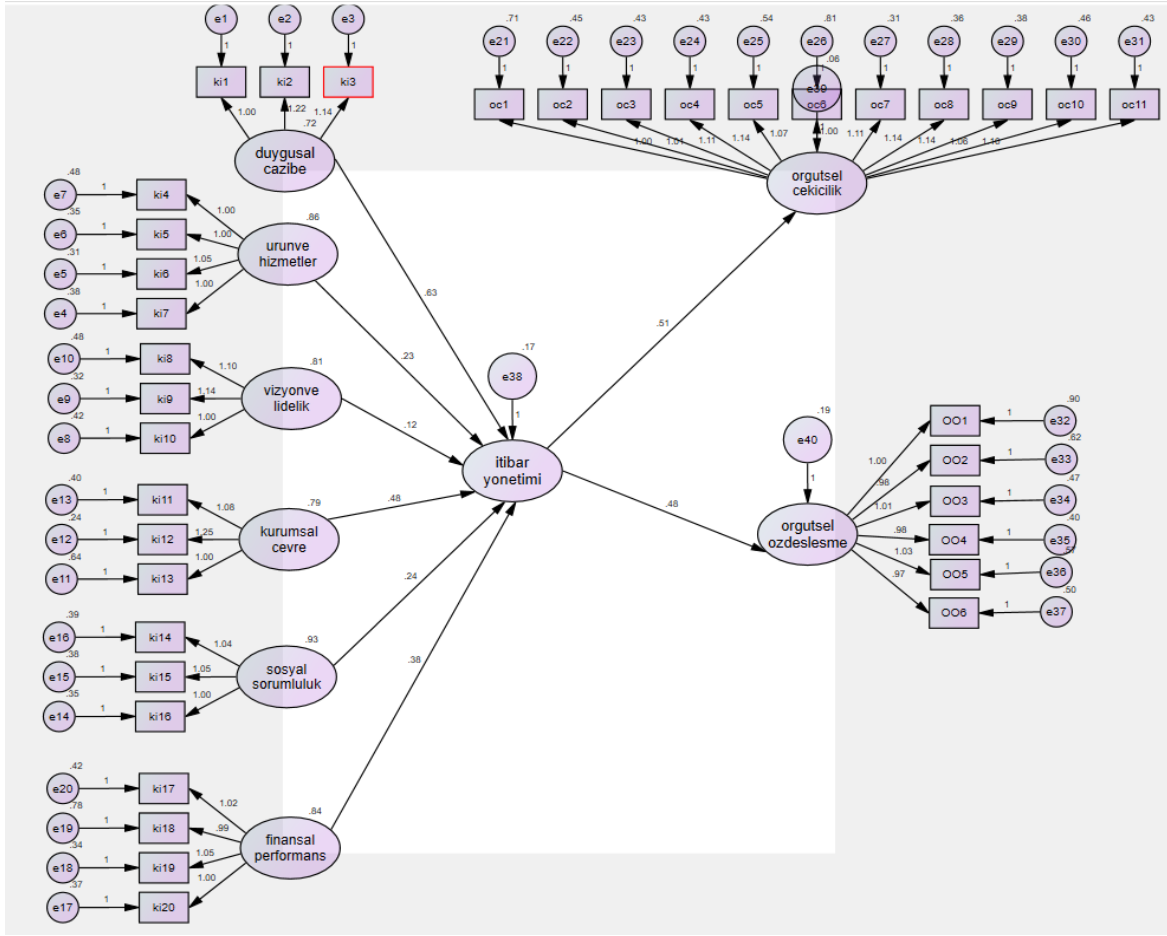
Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli Değeri	Uyum Durumu
Genel Model Uyumu				
X ² /sd	≤ 3	≤ 4-5	2.18	İyi uyum
Karşılaştırmalı Uyum İstatistikleri				
NFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.937	Kabul edilebilir
TLI (NNFI)	≥ 0.95	0.94-0.90	0.925	Kabul edilebilir
IFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.977	İyi uyum
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95	0.964	Kabul edilebilir
RMSEA	≤ 0.05	0.06-0.08	0.014	İyi uyum
Mutlak Uyum İndeksleri				
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.931	İyi uyum
AGFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.942	İyi uyum
Artık Temelli Uyum İndeksi				
RMR	≤ 0.05	0.06-0.08	0.011	İyi uyum

Tablo 5’de X² /sd =2.18 çıkmıştır, ≤3 koşulunu sağladığı için “iyi uyum” kararı verilmiştir. NFI=0.937 ile 0.94-0.90 aralığına düşmektedir, “kabul edilir uyum” sağlanmıştır, TLI (NNFI)=0.925 ile 0.94-0.90 aralığına düşmektedir, “kabul edilir uyum”, IFI =0.977 ile ≥0.95 sağladığından “iyi uyum”, CFI=0.964 ile ≥0.95 sağladığından “kabul edilebilir uyum”, RMSEA=0.014 ile ≤0.05 sağladığından “iyi uyum”, GFI=0.931 ile ≥0.90 sağladığından “iyi uyum”, AGFI=0.942 ile ≥0.90 sağladığından “iyi uyum”, RMR=0.011 ile ≤0.05 sağladığından “iyi uyum” sonuçlarına ulaşılmıştır. Analizde ele alınan 3 ölçek için faktör yapısı doğrulanmıştır. Bu aşamadan sonra yapısal eşitlik modeli tahminine geçilmiştir.

Yapısal Eşitlik Modeli (YEM)

YEM, AFA ile belirlenip DFA ile geçerlilikleri ve ilişki uyumları belirlenen faktörlerin ve bu faktörlere ait alt boyutların birbiri arasındaki ilişkileri gösterir. Bu ilişkiler modelde yapısal eşitlikler ile tanımlanır.

Şekil 3. YEM Tahmin Sonuçları



Tablo 6. YEM Tahminleri Uyum İyiliği Sonuçları

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli Değeri	Uyum Durumu
Genel Model Uyumu				
X ² /sd	≤ 3	≤ 4-5	2.23	İyi uyum
Karşılaştırmalı Uyum İstatistikleri				
NFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.939	Kabul edilebilir
TLI (NNFI)	≥ 0.95	0.94-0.90	0.940	Kabul edilebilir
IFI	≥ 0.95	0.94-0.90	0.932	Kabul edilebilir
CFI	≥ 0.97	≥ 0.95	0.988	İyi uyum
RMSEA	≤ 0.05	0.06-0.08	0.027	İyi uyum
Mutlak Uyum İndeksleri				
GFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.966	İyi uyum
AGFI	≥ 0.90	0.89-0.85	0.951	İyi uyum
Artık Temelli Uyum İndeksi				
RMR	≤ 0.05	0.06-0.08	0.025	İyi uyum

Tablo 6’da $X^2 /sd = 2.23$ çıkmıştır, ≤ 3 koşulunu sağladığı için “iyi uyum” kararı verilmiştir. NFI=0.939 0.94-0.90 sağladığından “kabul edilebilir uyum”, TLI (NNFI)=0.940 ile 0.94-0.90 sağladığından “kabul edilebilir uyum”, IFI =0.932 ile 0.94-0.90 aralığında “kabul edilebilir”, CFI=0.988 ile ≥ 0.97 sağladığından “iyi uyum”, RMSEA=0.027 ile ≤ 0.05 sağladığından “iyi uyum”, GFI=0.966 ile ≥ 0.90 sağladığından “iyi uyum”, AGFI=0.951 ile ≥ 0.90 sağladığından “iyi uyum”, RMR=0.025 ile ≤ 0.05 sağladığından “iyi uyum” sonuçlarına ulaşılmıştır. YEM tahmini uyum iyiliği kriterleri sonucunda, tahmin edilen katsayıların yorumlanmaya uygun olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7. YEM Model Tahmin Sonuçları

Yapısal ilişki	Yön	Tahmin edilen katsayı	St. Hata	t istatistiği	p	Sonuç
Kİ→ÖÖ	+	0.483	0,082	5.890	0,000*	Anlamli ilişki
Kİ→ÖÇ	+	0.513	0.076	6.751	0,000*	Anlamli ilişki

*0.05 için anlamli ilişki

YEM tahmin sonuçlarına göre; kurumsal itibar (Kİ) boyutu örgütsel özdeşleşme (ÖÖ) üzerinde pozitif yönde anlamli etkilidir ($\beta = 0.483$, $p < 0.01$). Kurumsal itibar (Kİ) boyutu örgütsel çekicilik (ÖÇ) üzerinde pozitif yönde anlamli etkilidir ($\beta = 0.513$, $p < 0.01$). Kurumsal itibar katsayı büyüklük sırasına göre, en çok örgütsel çekiciliği olumlu yönde etkilemekte, ardından örgütsel özdeşleşme boyutunu etkilemektedir. Bu veriler ile araştırmanın ana hipotezleri olan **H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir.**

Korelasyon Analizi

Çalışmada ana boyut ve alt boyut ilişkilerinin belirlenmesi amaçlı korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 8. Algılanan Kurumsal İtibar ile Örgütsel Çekicilik ve Örgütsel Özdeşleşme İlişki Analizi

		Örgütsel Çekicilik Genel Boyutu	Örgütsel Özdeşleşme Genel Boyutu
Duygusal Cazibe Alt Boyutu	r	0,585*	0,490*
	p	0,000	0,000
Ürünler ve Hizmetler Alt Boyutu	r	0,531*	0,474*
	p	0,000	0,000
Vizyon ve Liderlik Alt Boyutu	r	0,562*	0,487*
	p	0,000	0,000
Kurumsal Çevre Alt Boyutu	r	0,600*	0,486*
	p	0,000	0,000
Sosyal Sorumluluk Alt Boyutu	r	0,534*	0,471*
	p	0,000	0,000
Finansal Performans Alt Boyutu	r	0,547*	0,515*
	p	0,000	0,000
Kurumsal İtibar Genel Boyutu	r	0,624*	0,528*
	p	0,000	0,000

*0.05 için anlamlı ilişki

Kurumsal itibar genel boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %62,4 ($r=0,624$, $p=0,000$) ve örgütsel özdeşleşme genel boyutu %52,8 ($r=0,528$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir.**

Duygusal Cazibe alt boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %58,5 ($r=0,585$, $p=0,000$) ve örgütsel özdeşleşme genel boyutu %49,0 ($r=0,490$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1a ve H2a hipotezleri kabul edilmiştir.**

Ürünler ve Hizmetler alt boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %53,1 ($r=0,531$, $p=0,000$), örgütsel özdeşleşme genel boyutu %47,4 ($r=0,474$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1b ve H2b hipotezleri kabul edilmiştir.**

Vizyon ve Liderlik alt boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %56,2 ($r=0,562$, $p=0,000$) ve örgütsel özdeşleşme genel boyutu %48,7 ($r=0,487$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1c ve H2c hipotezleri kabul edilmiştir.**

Kurumsal Çevre alt boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %60,0 ($r=0,600$, $p=0,000$) ve örgütsel özdeşleşme genel boyutu %48,6 ($r=0,486$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1d ve H2d hipotezleri kabul edilmiştir.**

Sosyal Sorumluluk alt boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %53,4 ($r=0,534$, $p=0,000$), örgütsel özdeşleşme genel boyutu %47,1 ($r=0,471$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1e ve H2e hipotezleri kabul edilmiştir.**

Finansal Performans alt boyutu ile örgütsel çekicilik genel boyutu %54,7 ($r=0,547$, $p=0,000$), örgütsel özdeşleşme genel boyutu %51,5 ($r=0,515$, $p=0,000$) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkilidir. **H1f ve H2f hipotezleri kabul edilmiştir.**

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Hizmet sektörü incelendiğinde, müşterilerin kalite algısı, hizmetten memnuniyeti ve kurum hakkındaki düşüncelerinin oluşumunda ona hizmet veren çalışanın etkisinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, çalışan davranışından daha çok etkilenen bu sektörde kalifiye personeli örgüte çekmek, örgütle özdeşleşmesini sağlamak ve tabi bununla birlikte duygusal emek sergilemesini sağlamak oldukça önemli hale gelmiştir. Kurum için bu örgütsel davranışları sağlamak adına ise günümüzde birçok işletmenin üzerinden durduğu kurumsal itibar kavramına daha fazla önem verilir hale gelmiştir.

Bu çalışmada, hizmet alanında faaliyet gösteren yeme-içme sektöründe görev yapan 812 personele ilişkin kurumsal itibarın algılarının, örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme üzerinde etkisini yapısal eşitlik modeli yardımıyla ortaya koymak amaçlanmıştır.

Firmalar kendisi için en uygun çalışanı bulmak ve kendine çekmek için birçok insan kaynağı uygulaması kullanmakla birlikte çalışanların bir kurumda çalışma isteği ise araşsal özelliklerin yanı sıra sembolik özellikleri de barındırmaktadır. Fiziki ve maddi şartlar kişinin çalışma arzusuna etki etmekle birlikte çalışacağı yer hakkında toplum nezdindeki intiba, güven duygusu, imaj, itibar kendisinin o kurumla ile anılmasını isteyip istememe noktasında kararlarında etkili olmaya başladığı görülmektedir. Bu noktada kurumlar için de kalifiye personeli kuruma çekmek ve kurumda kalmasını sağlamak için sadece maddi olanaklar yetersiz olmakta kurumun itibarı da önem arz eder hale gelmiştir.

Kurumsal itibarın oluşumunda etkili olan paydaşlardan biri olan çalışanların örgütleri hakkındaki fikirleri, algıları, duyguları sonucunda oluşan kurumsal itibar algılarının, örgüte karşı hissettikleri çekiciliği etkilemesi beklenmektedir. İtibarlı görülen şirketlerin çalışanlara daha cazip geldiği bilinmektedir. Çalışmada da kurumsal itibarın örgütsel çekiciliği olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Alanyazında benzer sonuca ulaşılan araştırmalar bulunmaktadır. Eğilmez (2017), 562 kişi ile gerçekleştirdiği araştırma ile kurumsal itibar ile çalışan olma niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Güler ve Basım (2015) çalışmalarında “Kurumun itibarı, adayların kurumun çekiciliğine dair tutumları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir” önermelerini doğrulamışlardır. Trybou vd. (2014) tarafından Belçika’da 86 doktor ile yürütülen çalışmada da

kurumsal itibarın örgütsel çekiciliği artırdığı belirlenmiştir. Turban ve Cable (2003)'nin araştırmalarından çıkan sonuçta iyi itibara sahip firmaların işe başvuru yapacaklara normal düzeyden daha fazla cazip geldiği dolayısıyla bu tür firmalara daha fazla adayın iş başvurusunda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Brown vd. (2006) da yaptıkları çalışmada kurumsal itibar ile örgütsel çekiciliği ilişkilendirmiştir. Guillot-Soulez vd. (2019)'nin Kanada'da 320 üniversite öğrencisi ile yaptıkları çalışmada kurumsal itibarın örgütsel çekicilik üzerinde pozitif yönde etkisinin olduğusonucuna ulaşmışlardır. Benzer bulgular elde edilen birçok araştırmaya rastlamak mümkündür. (Story vd.,2016; Helm, 2011; Alınacak, 2011; Karaköse, 2007; Sekiguchi, 2004; Rose&Thomsen, 2004).

Çalışmada kurumsal itibar genel boyutu, örgütsel çekicilik genel boyutunu anlamlı şekilde etkilemesiyle birlikte kurumsal itibarın tüm alt boyutları ile örgütsel çekicilik arasında pozitif ilişki olduğu da görülmüştür. Literatürde kurumsal itibarın bu çalışmada kullanılan alt boyutları ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkilerin incelendiği başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmaktan mutlu olunan, firma hakkında olumlu düşüncelere sahip olunan (duygusal cazibe boyutu) ile uzman kişilerin çalıştığı ve iyi yönetildiği düşüncesine sahip olunan (kurumsal çevre boyutu) bir iş yerinde çalışmak %58,5 ve %60 gibi yüksek oranlar ile örgütsel çekiciliği en çok etkileyen kurumsal itibarın iki alt boyutudur. Ne üretildiği ve nasıl hizmet edildiği ile ilgili olan ürünler ve hizmetler alt boyutu yüksek oranlara sahip olsa da (%53,1) örgütsel çekiciliği en az etkileyen kurumsal itibar alt boyuttur. Bu da çalışanların, şirketin ortamına, dışardan algısına, nasıl yönetildiğine, topluma olan sorumluluğuna ürün ve hizmetlerden daha fazla önem verip örgütsel çekicilik üzerinde daha etkili olduğunu göstermektedir. İtibarın, örgütün tüm bileşenlerle birlikte ifade ettiği toplam değerın göstergesi olduğu belirtilmekte (Fomburn, 1996: 37) ve iyi bir itibara sahip bir şirketin, olası çalışanı etkileyerek çekicilik sağlayabileceği ve onu işe başvurmaya teşvik edebileceği belirtilmektedir (Aslan vd., 2010: 4). Bu bağlamda kurumsal itibarın tüm boyutlarının örgütsel çekicilikle pozitif ilişkili olmasının literatürle uyumlu olduğu görülmektedir.

Günümüz koşullarında insan kaynağı açısından fark yaratan şirketlerin öne çıktığı ve pazarda kendine daha iyi yer edindiği görülmektedir. Nitelikli insan kaynağını doğru kullanan, onların özellikleri, bilgi ve tecrübelerinden yararlanan şirketler daha ileriye gidebilmektedir. Çalışanların kendini örgütüyle bir görme, kendini örgütüyle tanımlama, bunun sonucunda da kuruma daha fazla katkı sağlama arzusuna sahip olmaları, örgüt amaçlarını gerçekleştirmek için daha fazla emek harcama isteğinde olmaları şeklinde açıklanabilecek örgütsel özdeşleşme ise kurumlar için büyük önem arz etmektedir. İyi bir itibara sahip, saygın bir kurumda çalışmak kendini o kurumun özellikleri ile tanımlayan birey için oldukça önemlidir. Örgütüne güven duyan, değerlerini benimseyen ve itibarlı bir yer olduğuna inanan çalışanlar örgütleri ile daha fazla bağ kurar ve bu bağ sonucu örgütsel özdeşleşme gerçekleşir.

Bu çalışmada da kurumsal itibarın örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönde ve anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bu bulgusunun literatürdeki benzer çalışmalar ile uyumlu olduğu görülmektedir. Mishra vd. (2012) tarafından Hindistan'da 547 ilaç temsilcisi ile yürütülen

çalışmada kurumsal itibarın örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönde ve anlamlı etkisinin olduğu belirlenmiştir. Işık ve Zincirkıran (2016) yürüttükleri çalışmada kurumsal itibar algısı ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif yönlü doğrusal bir ilişki tespit edilmiştir. Suudi Arabistan'da, Ali vd. (2020) tarafından yürütülen çalışmada kurumsal itibar ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Cheng vd. (2022) Çin'de yaptıkları çalışmada da kurumsal itibarın örgütsel özdeşleşmeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde benzer sonuçlara ulaşılan başka çalışmalar (Doğanalp ve Kaplan, 2018; Baer vd., 2018; Thomaz, 2010; Edwards, 2005) da olduğu görülmektedir. Bunun yanında, kurumsal itibarın sadece çalışanların özdeşleşmesini değil müşterinin de özdeşleşmesini artırdığı görülmektedir. Örneğin, Su vd. (2016) tarafından Çin'deki altı farklı otelin toplam 416 müşterisi ile yürütülen çalışmada kurumsal itibarın müşteri ile işletmenin özdeşleşmesi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Bu bulgular ile birlikte çalışmada kurumsal itibarın örgütsel özdeşleşmeyi tüm alt boyutlarında olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. İşletmenin yüksek karlılığa sahip olması, rakip işletmelerden daha iyi performansının olması gibi kriterlerden oluşan finansal performans alt boyutu %51,5 oran ile örgütsel özdeşleşme üzerinde en etkili boyuttur. Çalışanlar, maaşını zamanında alacağına, ekonomik olarak sıkıntı çekmeyeceğine dair düşünceler ile çalıştığı kuruma karşı olumlu düşünce ve duygular beslemekte ve böylece özdeşleşmesi kolaylaşmaktadır. İşletmenin beğenilen, saygı duyulan ve güvenilir olmasının (duygusal cazibe boyutu) çalışanın örgütsel özdeşleşmesini %49 oranında artırdığı görülmektedir. Özdeşleşmenin sağlanması için güven çok önemli bir koşul olmakla birlikte elde edilen sonuç literatür ile benzerlik (Enli Kalmaz, 2018) ortaya koymaktadır. Alanında lider bir işletme olması, gelecek için açık bir vizyona sahip olması (vizyon ve liderlik alt boyutu) ile iyi ve nitelikli çalışanlara sahip olması, çalışanların yaptığı işten tatmin olması (kurumsal çevre alt boyutları) örgütsel özdeşleşmeyi %48,7 ve %48,6 oranlarla pozitif yönde artırmaktadır. Akyazı (2020) tarafından yapılan çalışmada da benzer bulguya ulaşıldığı görülmektedir. Örgütsel özdeşleşme üzerinde en az etkisi bulunan boyutlar ise; ürünler ve hizmetler alt boyutu (%47,4) ile sosyal sorumluluk (%47,1) alt boyutlarıdır. Kırpık (2018) ve Doğanalp ve Kaplan (2018) de yapmış oldukları çalışmalarda benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Sonuç olarak bu çalışmada kurumsal itibarın örgütsel çekicilik ve örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif ve anlamlı etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçların genel olarak literatürle uyumlu olduğu görülmüştür. Bunun yanında, literatürde kurumsal itibarın bu çalışmada kullanılan alt boyutları ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkilerin incelendiği başka bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kapsamda, bu çalışmada elde edilen kurumsal itibarın boyutlar bazında örgütsel çekicilikle ilişkilerine yönelik bulguların literatüre kurumsal itibar ile örgütsel çekicilik arasındaki ilişkiye dair daha detaylı ampirik kanıtlar sunarak katkı sağladığı değerlendirilmektedir. Diğer taraftan, bu çalışmanın bulgularına uyumlu olarak, kurumsal itibarın örgütsel özdeşleşme üzerindeki pozitif etkisine ilişkin literatürde bir fikir birliğinin olduğu görülmektedir.

Çalışmada elde edilen bulguların, kurumsal itibarın örgütler için önemini bir kere daha ortaya koyduğu görülmektedir. Bununla birlikte araştırmanın yapıldığı işletmeler gösteriyor ki kurumsal itibar kavramı, sadece büyük, kurumsallaşmış firmalar için önemli değil aynı zamanda küçük ve orta ölçekteki işletmeler için de bir o kadar önemli hale gelmiştir. Bu çerçevede örgütlerin kurumsal itibar yönetimine önem vermeleri kaçınılmaz hale gelmiştir. Kurumsal itibarın etkili bir şekilde yönetilmesi için stratejik plan yapılması, itibarın sadece yönetimin sorumluluğu olmadığı bilincinin tüm çalışanlara kazandırılması ve itibarın tüm kademeler nezdinde sahiplenilerek ele alınması önerilmektedir. Çalışanların hem kurum itibarını sağlayanlar hem de kurum itibarından etkilenenler olduğu bilinci ile hareket edilerek sürekli ve düzenli iletişim ile çalışanların bilgilendirmeleri ve kurum itibarının oluşumunun bir parçası haline getirilmeleri önerilmektedir. Böylece çalışanların, hem kurum itibarına katkı sağladıklarına olan inançları hem de bütünün bir parçası olmanın verdiği özdeşleşme ile kuruma daha fazla katkı sağlayacak hale getirilmeleri önerilmektedir. Tüm paydaşlar nezdinde önemli olan kurumsal itibarın belirli aralıklar ile paydaşlara göre ayrı ayrı ölçülmesi ve değişen duruma göre aksiyon planlarının hazırlanarak sürdürülebilir bir kurumsal itibar yönetimi prensibinin benimsenmesi önerilmektedir.

Çalışmada kurumsal itibarın çalışan davranışları üzerindeki etkisi görülmüştür bu doğrultuda araştırmacılara da kurumsal itibarı etkileyen unsurların, nicel araştırmaların yanı sıra nitel araştırmalar ile daha derinlemesine bulgulara ulaşılabilecek araştırmalar ile incelenmesi önerilmektedir. Ayrıca çalışmada incelenen üç değişkenin bir arada kullanılarak farkı bölgelerde ve farklı sektörlerde incelenmesi ve sektör ve bölge farklılıklarının ilişkilerdeki düzenleyici etkisinin de incelenmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akman, Y. (2017). *Örgütsel çekicilik, örgütsel imaj ve örgütsel sadakat arasındaki ilişkilerin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akyazı, T. E. (2020). *Lider modeli ile algılanan liderlik tarzı arasındaki uyumun örgütsel özdeşleşmeye etkisi üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ali, I., Ali, M., Grigore, G., Molesworth, M., ve Jin, Z. (2020). The moderating role of corporate reputation and employee-company identification on the work-related outcomes of job insecurity resulting from workforce localization policies. *Journal of Business Research*, 117, 825-838.
- Almaçık, Ü., İldem Develi, E., Giray, C. ve Almaçık E., (2010). Küresel firmaların yerel sosyal sorumluluk faaliyetleri marka değeri ve marka tercihini nasıl etkilemektedir?”, *Öneri Dergisi*, 9(35), 83-91.
- Almaçık, E. (2011). *Kurumsal itibarın paydaş davranışları üzerindeki etkisi*. Amprik bir araştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Aslan, G., Alınç, M., Araza, A. ve Dural, S. (2010). Organizational attractiveness: an empirical study on student’s public private sector choice. *Empirical Research*, 1-16.
- Baer, M. D., Bundy, J., Garud, N., ve Kim, J. K. (2018). The benefits and burdens of organizational reputation for employee well-being: a conservation of resources approach. *Personnel Psychology*, 71 (4), 571-595.
- Brown, T.J., Dacin, P.A., Pratt, M.G. ve Whetten, D.A. (2006). Identity, intended image, construed image and reputation: an interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 99-106.
- Carmeli, A. (2004). Link between organizational elements, perceived external prestige and performance. *Corporate Reputation Rev* 6, 314–331
- Cheng, P., Jiang, J., ve Liu, Z. (2022). The influence of perceived external prestige on emotional labor of frontline employees: the mediating roles of organizational identification and impression management motive. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17), 10778.
- Derous, E. ve Wille, L. (2017). Organizational attraction”, the sage encyclopedia of industrial and organizational psychology, 2nd Edition, Vol. 3, Eds. S.Rogelberg, K.Shockley ve S.Toninandel, New York, ss.1060-1064.
- Doğanalp, B., ve Kaplan, A. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluğun örgütsel özdeşleşme üzerine etkisi: kurumsal itibarın aracı rolü. *Mukaddime*, 9(2), 155-180.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. ve Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
- Edwards, M. R. (2005). Organizational identification: a conceptual and operational review. *International Journal Of Management Reviews*, 7(4), 207-230.

- Eğilmez, Ö. (2017). *Kurumsal itibar yönetimi: Tepe yöneticisinin güvenilirliğinin kurumsal itibar ve çalışan olma niyetine etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
- Enli Kalmaz, P. (2018). *Örgütsel güvenin örgütsel özdeşleşme ve mesleki özdeşleşme üzerine etkileri hakkında bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Fombrun, C.J. (1996). *Reputation realizing value from the corporate image*, Harvard Business School Press, Boston.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A. ve Sever, J. M. (2000). The reputation quotient sm: a multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal Of Brand Management*, 7(4), 241-255.
- Fuller, J.B., Hester, K., Barnett, T., Frey L., Relyea, C. VE Beu, D. (2006). Perceived external prestige and internal respect: new insights into the organizational identification process. *Human Relations*, 59(6), 815-846
- Guillot-Soulez, C., Saint-Onge, S. ve Soulez, S. (2019). Linking employer labels in recruitment advertising, governance mode and organizational attractiveness. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 34(3), 5-26.
- Güler, M. ve Basım, H. N. (2015). Adayların kuruma katılma niyetlerinde örgütsel çekicilik ve kurumsal itibarın etkisi. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(2), 115-126.
- Gün, F. ve Turabik, T. (2017). Öğretim elemanlarının algılarına göre psikolojik güçlendirme ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(3), 886-905.
- Helm, S. (2007). The role of corporate reputation in determining investor satisfaction and loyalty. *Corporate Reputation Review*, 10, 22-37.
- Helm, S. (2011): Employees' awareness of their impact on corporate reputation. *Journal of Business Research*, 64(7), 657-663.
- Highhouse, S., Lievens, F. ve Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63 (6), 986-1001.
- Işık, M. ve Zincirkıran, M. (2016). Kurumsal itibar algısının iş tatminine etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü: Doğu anadolu bölgesindeki üniversiteler üzerinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 89-106.
- Karaköse, T.(2007). Örgütlerde İtibar Yönetimi, Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Issn. 1694-528x, 11, 1-12
<http://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868341.pdf>
- Kaplan, A. (2018). *Kurumsal sosyal sorumluluk ve kurumsal itibar algılamalarının örgütsel özdeşleşme üzerine etkisi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kırpık, G. (2018). *Kuşak farklılıkları ile kurumsal itibar algısı ve örgütsel özdeşleşme ilişkisi: trc1 bölgesinde bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Lee, E. S., Park, T. Y. ve Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141(5), 1049-1080.

- Mael, F. ve Ashforth, B. E., (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification, *Journal Of Organizational Behavior*, 13, 103-123.
- Mignonac, K., Herrbach, O. VE Guerrero, S. (2006). The interactive effects of perceived external prestige and need for organizational identification on turnover intentions. *Journal of Vocational Behavior*, 69.
- Mishra, S. K., Bhatnagar, D., D’cruz, P., ve Noronha, E. (2012). Linkage between perceived external prestige and emotional labor: Mediation effect of organizational identification among pharmaceutical representatives in India, *Journal of World Business*, 47(2), 204–212.
- Rose C. ve Thomsen S. (2004). The impact of corporate reputation on performance: some danish evidence. *European Management Journal*, 22(2), -210.
- Sekiguchi, T. (2004). A preliminary investigation of the cognitive process of japanese undergraduate job seekers. *Osaka Keidai Ronshu*, 55(3), 123-136.
- Smidts, A., Pruyn T. H., ve Van Riel C. B. M., (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051–1062.
- Sökmen,A , Ekmekçioğlu E. B. ve Çelik, K. (2015). Algılanan örgütsel destek, örgütsel özdeşleşme ve yönetici etik davranışı ilişkisi: araştırma görevlilerine yönelik araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1) , 125-144.
- Su, L., Swanson, S. R., Chinchanchokchai, S., Hsu, M. K., ve Chen, X. (2016). Reputation and intentions: the role of satisfaction, identification, and commitment. *Journal of Business Research*, 69(9), 3261-3269.
- Strobel, M., Tumasjan, A. ve Welpe, I. (2010). Do business ethics pay off?. *Zeitschrift für Psychologie/Journal of Psychology*, 218(4), 213-224.
- Story, J., Castanheira, F. ve Hartig, S. (2016). Corporate social responsibility and organizational attractiveness: Implications for talent management. *Social Responsibility Journal*, 12(3), 483-504.
- Straulino, P. (2012). *Exploring the attraction of nurses to a managed care organization*. (Unpublished doctoral dissertation), University of South Africa.
- Tsai, W. C. ve Yang, I. W. F. (2010). Does image matter to different job applicants? the influences of corporate image and applicant individual differences on organizational attractiveness. *International Journal of Selection and Assessment*, 18(1), 48-63.
- Thomaz, J. C. (2010). Identification, reputation, and performance: Communication mediation. *Latin American Business Review*, 11(2), 171-197.
- Tinik, H. M. (2014). *Reklam kısıtı olan sektörlerde bütünleşik pazarlama iletişimi uygulamalarının kurumsal itibar üzerindeki rolü; bağımsız denetim sektörü üzerine bir uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Trybou, J., Gemmel, P., Van Vaerenbergh, Y., & Annemans, L. (2014). Hospital-physician relations: The relative importance of economic, relational and professional attributes to organizational attractiveness. *Bmc Health Services Research*, 14(1), 1-9.
- Turban, D. B. ve Cable, D. M. (2003). Firm reputation and applicant pool characteristics. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(6), 733-751.

- Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) *Ücretli Çalışan İstatistikleri (2022)* (Erişim tarihi: 17.03.2022)
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Ucretli-Calisan-Istatistikleri-Ocak-2022-45818>
- Tüzün, İ. K. ve Çağlar, İ. (2008). Örgütsel özdeşleşme kavramı ve iletişim etkinliği ilişkisi. *Journal of Yasar University*, 3(9), 1011-1027.
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara, Detay Yayıncılık.

Geliş Tarihi:

30.11.2022

Kabul Tarihi:

04.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Peker, B. P. & Görener, A. (2022).
Tesis yeri seçiminde kriterlerin önem
ağırlıklarının bulanık FUCOM yöntemiyle
belirlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1512-1536.
doi: 10.46928/iticusbe.1212318


TESİS YERİ SEÇİMİNDE KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIKLARININ BULANIK FUCOM YÖNTEMİYLE BELİRLENMESİ*

Araştırma

Bilge Nur Peker 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

bilgenurpeker@gmail.com

Ali Görener 

İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi

agorener@ticaret.edu.tr

Bilge Nur Peker, İstanbul Ticaret Üniversitesi-İşletme Fakültesi mezunu olup yüksek lisansını İşletme Anabilim dalında sürdürmektedir.

Ali Görener, İstanbul Ticaret Üniversitesi – İşletme Fakültesinde Üretim ve Operasyon Yönetimi profesörüdür. Çalışma alanları; lojistik – tedarik zinciri yönetimi, çok kriterli karar verme, yalın üretim ve toplam kalite yönetimidir.

*Bu araştırma başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

TESİS YER SEÇİMİNDE KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIKLARININ BULANIK FUCOM YÖNTEMİYLE BELİRLENMESİ

Bilge Nur Peker
bilgenurpeker@gmail.com
Ali Görener
agorener@ticaret.edu.tr

Özet

Amaç: Çalışmanın amacı, İstanbul’da imalat sektöründe kompozit pervane alanında faaliyet gösteren bir firmanın fabrika yeri seçiminde dikkate alması gereken kriterlerin önem ağırlıklarının tespit edilmesidir. Bu kapsamda beş ana kriter ve yirmi bir alt kriter kullanılarak, Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinden biri olan bulanık Tam Tutarlılık Yöntemi (FUCOM) kullanılmıştır.

Yöntem/Tasarım/Metodoloji/Yaklaşım: Araştırma için iki ile otuz beş yıl arasında tecrübeye sahip dokuz uzmanın bulunduğu karar verme grubu oluşturulmuş ve ÇKKV yöntemlerinden biri olan bulanık FUCOM yöntemiyle kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Oldukça yeni bir yöntem olan Bulanık FUCOM; tutarlılıktaki avantajı ve minimum karşılaştırma sayısı avantajları nedeniyle kriter ağırlıklarını belirlemek için uygun bir çerçeve sunmaktadır.

Bulgular: Yapılan analiz çerçevesinde en önemli tesis yeri seçim kriterleri; yatırım maliyeti, işletme ve bakım maliyetleri, devlet teşvikleri, arazi genişleme potansiyeli ve karbon ayak izi olarak karşımıza çıkmıştır.

Özgünlük: Güncel bir yöntem olan FUCOM’un bulanık mantık ile entegre edilmiş versiyonu kullanılarak tesis yeri seçimi kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenmesinin özgün bir katkı oluşturduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tesis Yer Seçimi, Çok Kriterli Karar Verme, Bulanık FUCOM

JEL Sınıflandırması: C44, L60

THE FUZZY FUCOM METHOD FOR DETERMINING THE IMPORTANCE WEIGHTS OF CRITERIA IN FACILITY LOCATION SELECTION

Abstract

Purpose: The aim of the study is to determine the importance weights of the criteria that a company operating in the field of composite propellers in the manufacturing sector in Istanbul, Turkey should consider in choosing a facility location. In this context, the fuzzy Full Consistency Method (FUCOM), one of the Multi-Criteria Decision Making (MCDM) methods, was used by using five main criteria and twenty-one sub-criteria.

Method/Design/Methodology/Approach: A decision-making group consisting of nine experts with two to thirty-five years of experience was formed for the research, and it was aimed to determine the importance weights of the criteria with the fuzzy FUCOM method, which is one of the MCDM methods. Fuzzy FUCOM, a fairly new method, provides a suitable framework for determining criterion weights due to its advantage in consistency and minimum number of comparisons.

Findings: The most important facility location selection criteria in the framework of the analysis; investment cost, operation and maintenance costs, government incentives, land expansion potential, and carbon footprint.

Originality: It is thought that determining the importance weights of the facility location selection criteria by using the fuzzy logic integrated version of FUCOM, which is an up-to-date method, is an original contribution.

Keywords: Facility Location Selection, Multi-Criteria Decision Making, Fuzzy FUCOM

JEL Classification: C44, L60

GİRİŞ

Tesis yeri seçimi en çok çalışılan optimizasyon problemlerinden biridir (Pourrezaie-Khaligh vd., 2022, s. 243). Tesis yeri seçimi problemi, sadece yeni firmalar için değil, yeni tesisler kuran mevcut firmalar için de aynı derecede önemlidir (Chithambaranathan vd., 2022, s. 1215). Konunun stratejik önemi ve yüksek karmaşıklığı nedeniyle sistematik bir karar desteği vazgeçilmezdir (Kik vd., 2022, s. 116). Bir tesis yeri seçerken, faydanın maksimize edilmesi oldukça önemlidir (Biswas ve Pamucar, 2020, s. 1). Ayrıca bir üretim sisteminin verimliliği için tesis yeri seçimi probleminin, uygun veya optimal çözümü de oldukça önemlidir (Altuntas ve Dereli, 2017, s. 1078). Tesislerin iyi bir şekilde yerleştirilmesi de operasyonların genel verimliliğine katkıda bulunmakta ve toplam firma giderlerini %50'ye kadar azaltabilmektedir (Zadeh vd., 2013, s. 1).

İstanbul gibi büyük bir şehirde yeni bir imalat fabrikası için yer seçimi, birçok kriter içeren karmaşık ve zor bir karar verme görevidir. Bu bağlamda Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri ilgili kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenmesi, karar verme süreci daha gerçekçi kılmakta ve kolaylaştırmaktadır (Torkayesh ve Simic, 2022, s. 2). Karar sürecindeki belirsiz veriler nedeniyle, genellikle karar vericilerin değerlendirmeleri niteliksel olmakta ve dilsel olarak temsil edilmektedir (Hakim ve Putra, 2022, s. 70). Ağırlık katsayılarının belirlenmesi, ÇKKV yöntemleri hesaplamalarının en önemli ve kritik parçasıdır. Bu amaçla ağırlık katsayılarının belirlenmesi sürecinde öngörülemeyen belirsiz ancak gelecekteki olası olayların dikkate alınması da gerçek yaşam uygulamalarında büyük önem taşımaktadır (Torkayesh ve Simic, 2022, s. 2).

Bu araştırmada kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenebilmesi için ÇKKV yöntemlerinden biri olan bulanık FUCOM yöntemi kullanılmıştır. FUCOM, belirli bir hiyerarşi düzeyindeki tüm elemanların ağırlık katsayılarına izin veren ve karşılaştırma için tutarlılık koşullarını sağlayan bir yöntemdir. En İyi En Kötü Yöntemi (BWM) ve Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yöntemi eksikliklerini önemli ölçüde ortadan kaldıran FUCOM yöntemi, daha az sayıda ikili karşılaştırma gerektirir (Baki, 2022, s. 20, Demir vd., 2022, s. 7). Araştırmanın geri kalanı ise şu şekilde organize edilmiştir; ilk kısımda, tesis yer seçimi problemine ve imalat sektöründeki önemine değinilmiştir. Sonrasında, yer seçimi problemi kapsamında ÇKKV yöntemlerinden biri olan bulanık FUCOM yöntemine ilişkin kısa bir literatür özeti sunulmuştur. Yöntem kısmında, araştırmada tesis yer seçimi problemi değerlendirme kriterlerinin önem ağırlıklarının belirlenmesinde kullanılan üçgen bulanık sayılar ve ÇKKV yöntemlerinden biri olan bulanık FUCOM yöntemi tanıtılmıştır. Takip eden bölümlerde yapılan uygulama anlatılarak, gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tesis, işletme faaliyetlerinin gerçekleştirildiği fiziksel yeri ifade etmektedir (Mucuk, 2018, s. 2). Bu bir iş merkezi, bir fabrika, bir makine atölyesi, bir departman, bir depo vb. olabilmektedir (Drira vd., 2007, s. 255-256). Tesis yeri ise firmanın ana faaliyetlerini yürüttüğü coğrafi alan olarak tanımlanmaktadır (Demirdögen ve Küçük, 2018, s. 100).

Literatürde tesis yeri seçimi problemi, yıllar boyunca birçok farklı yöntemle kapsamlı bir şekilde incelenmiştir (Laporte vd., 2015, s. 1). Tesis yeri seçimi; tekrarlanmayan, fonksiyonlar arası bir karar verme problemi (Kumar ve Kumanan, 2011, s. 30). Literatürde ise bu problemin ele alınmasına 1963 yılında Cooper öncülük etmiştir. Uygulama alanındaki önemi nedeniyle tesis yeri seçimi problemi yarım yüzyıldır popüler bir araştırma konusu olmuştur (Kodali ve Routroy, 2006, s. 91).

Tesis yeri seçimi problemi; üretim kapasitelerindeki değişiklikler, ürün hatlarının eklenmesi-kaldırılması veya pazar taleplerindeki değişiklikler nedeniyle yeni üretim tesisinin kurulması ile mevcut tesisteki değişiklikler sırasında ortaya çıkmaktadır (Kumar vd., 2010, s. 21-22). Uygun bir tesis yeri seçimi, sabit ve kalıcı olma özelliğine sahiptir. Firma için iyi bir tesis yeri seçmek, uzun süredir girişimciler tarafından başarılı bir iş için koşullardan biri olarak kabul edilmektedir (Mei-Yu, 2013, s. 234). Tesis yer seçimi problemi, firmaların uzun vadeli stratejik kararlarından biridir ve pazar rekabetinde firmaların mükemmelliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle birçok kriterin karşılanmasını gerektiren kritik ve karmaşık bir stratejik karardır (Karande ve Chatterjee, 2018, s. 1700). Özetle tesis yeri seçimi, niteliksel ve niceliksel kriterleri içeren bir ÇKKV problemi (Kumar vd., 2010, s. 22). Bu kriterlerin önemli bir bölümü de net sayısal değerlerle ifade edilememekte, doğal olarak insan yargısıyla değerlendirilmektedir. Bu nedenle tesis yer seçim süreçleri, dilsel terimlerin doğasında bulunan belirsizliği içermektedir (Chou vd., 2008, s. 133).

İmalat sektöründe tesis yeri; kendine ait özellikleri olan ve üzerinde bulundurduğu bütünleyici parçaları ile imalat sektörünün milli ekonomiye katkıda bulunabilmesini sağlayan bir arazi parçası olarak tanımlanmaktadır (Çakıcı, 1968, s. 19). Sektördeki firmaların tesis yer seçimleri hem girişimci hem de ülke ekonomisi açısından önem taşıyan bir konudur. Uygun seçilmeyen bir tesis yeri yalnızca girişimcinin gelirini kısıtlamakla kalmayacak, ulusal kaynakların israfına da sebebiyet vereceğinden ülke ekonomisini de olumsuz yönde etkileyecektir (Gürsel, 1972, s. 207). Literatürde tesis yer seçimi problemi ile ilgili yapılan farklı araştırmalar mevcuttur. Tablo 1’de tesis yeri seçimi problemi ile ilgili 2008-2022 yılları arasında literatürde bulunan araştırmalarda kullanılan yöntemlere ve araştırma konularına yer verilmiştir.

Tablo 1. Tesis Yer Seçimi Probleminde Kullanılan Yöntemler ve Araştırma Konuları

Sıra	Yazar	Ülke	Kullanılan Yöntemler	Araştırma Konusu
1	Chou vd., (2008)	Tayvan	Bulanık Küme Teorisi, Hiyerarşik Yapı Analizi – AHP	Turistik otel yeri seçimi
2	Dağ ve Önder (2013)	Türkiye	AHP – VIKOR	Etiket üreticisi bir firmanın tesis yer seçimi
3	Yaşlıoğlu ve Önder (2016)	Türkiye	AHP – TOPSIS	Plastik eşya üreticisi bir firmanın fabrika yer seçimi
4	Hanine vd., (2016)	Fas	Bulanık TODIM – Bulanık AHP	Depolama alanı yer seçimi
5	Sennaroglu ve Celebi (2018)	Türkiye	AHP – PROMETHEE – VIKOR	Askeri havaalanı yer seçimi
6	Cedolin vd., (2018)	Türkiye	Bulanık Veri Zarflama ve Bulanık Hedef Programlama	Plastik enjeksiyon fabrikası yer seçimi
7	Aytekin (2018)	Türkiye	İkili Ölçekleme – AHP	Kereste fabrikası yer seçimi
8	Wang vd., (2018)	Vietnam	Bulanık AHP – TOPSIS	Rüzgar santrali yer seçimi

9	Rahman vd., (2018)	Bangladeş	AHP	Plastik imalat firmasının tesis yer seçimi
10	Yeşilkaya (2018)	Türkiye	AHP – TOPSIS – PROMETHEE	Kağıt fabrikası yer seçimi
11	Yücenur vd., (2019)	Türkiye	SWARA – COPRAS	Biyogaz üretim tesisi yer seçimi
12	Karagoz vd., (2020)	Türkiye	Sezgisel Bulanık CODAS – WASPAS – TOPSIS	Ömrünü tamamlamış araçlar için söküm merkezi yer seçimi
13	Bajpai vd., (2020)	Hindistan	Bulanık AHP –TOPSIS	İmalatta tesis yer seçimi
14	Seker ve Aydın (2020)	Türkiye	Aralık Değerli Pisagor Bulanık Entropi ve TOPSIS	Hidrojen enerjisi üretim tesisi yer seçimi
15	Karaşan vd., (2020)	Türkiye	DEMATEL, AHP ve TOPSIS Bütünleşik Sezgisel ÇKKV	Elektrikli araç şarj istasyonu yer seçimi
16	Kannan vd., (2020)	İran	BWM – Gri İlişkisel Analiz – VIKOR – Monte Carlo Simülasyonu	Güneş enerjisi siteleri yer seçimi
17	Türk ve Özkök (2020)	Türkiye	Bulanık AHP –TOPSIS	Tersane yeri seçimi
18	Karagöz vd., (2021)	Türkiye	Aralıklı Tip-2 Bulanık ARAS	Ömrünü tamamlamış araçlar için geri dönüşüm tesisi yer seçimi
19	Simic vd., (2021)	Sırbistan	Resim Bulanık Küme Tabanlı CODAS	Araç parçalama tesisi yer seçimi
20	Kieu vd., (2021)	Vietnam	Küresel Bulanık AHP ve CoCoSo	Dağıtım merkezi yer seçimi
21	Durak vd., (2021)	Türkiye	AHP – TOPSIS	Teknopark tesisi yer seçimi
22	Tripathi vd., (2021)	Hindistan	CBS Tabanlı AHP ve Bulanık AHP	Hastane yeri seçimi
23	Suman vd., (2021)	Bangladeş	AHP – Bulanık AHP	Mobilya endüstrisi tesis yer seçimi
24	Deveci vd., (2021)	Türkiye	Tip-2 Nötrosifik – BWM – CODAS	Lityum iyon pili yeniden üretim tesisi yer seçimi
25	Nong (2021)	Vietnam	ANP – TOPSIS	Dağıtım merkezi yer seçimi
26	Feng vd., (2021)	Çin	DEMATEL – Entropi – WASPAS	Geri dönüştürülebilir atık taşıma aracı park merkezleri yer seçimi
27	Asori vd., (2022)	Afrika	CBS Tabanlı WLC ve AHP	Depolama alanları yer seçimi
28	Xuan vd., (2022)	Özbekistan	SWARA – WASPAS – COPRAS – EDAS – WSM	Güneş enerjili hidrojen üretimi tesisi yer seçimi
29	Effatpanah vd., (2022)	Çin	SAW – TOPSIS – ELECTRE – VIKOR – COPRAS	Temiz enerji tesisi yer seçimi
30	Torkayesh ve Simic (2022)	Türkiye	Hiyerarşik Tabakalı BWM – CoCoSo – WASPAS	Sağlık merkezlerinin geri dönüşüm tesisi yer seçimi

Bulanık FUCOM yöntemi ise kullanışlılığından dolayı literatürde birçok araştırmacı tarafından çeşitli karmaşık problemlerin çözümünde tercih edilmiştir. Pamucar vd., (2021) sürdürülebilir ulaşım için çeşitli alternatif yakıtlı araçların seçiminde bulanık Nötrosifik Uzlaşık Çözümüne göre Alternatifleri Değerlendirme ve Sıralama (MARCOS) ve bulanık FUCOM yöntemlerini kullanmışlardır. Demir (2021) bulanık FUCOM yöntemi ile e-devlet web sitelerini değerlendirmiştir. Büyükaslan ve Ecer (2021) bulanık FUCOM- Bonferroni yaklaşımı ile kripto para birimlerine yatırım yapanların önceliklerini belirlemişlerdir. Taşkent ve Delice (2021) bulanık FUCOM yöntemi ile dekoratif taş sağlayıcısı bir firmanın mevcut tedarikçilerini değerlendirmişlerdir. Vesković vd., (2021) konteyner terminallerinde aktarma ve elleçleme makinelerinde istifleyici değerlendirilmesi ve seçiminde bulanık FUCOM ve bulanık MARCOS yöntemlerini ve bulanık Bonferroni ortalama operatörünü kullanmışlardır.

YÖNTEM

Üçgen Bulanık Sayılar

Bulanık sayılar, dilsel ve sözel değişkenlerle ilişkili belirsizliklerle başa çıkmada etkilidir (Banihashemi, vd., 2021, s. 5). Bulanık küme teorisi, temelde dilsel değişkenlere üyelik dereceleri atamakta ve bunları olasılık dağılımı olarak kabul etmektedir. Zadeh 1978 yılında bulanık kümeleri önerdiğinden bugüne kadar; üçgen, yamuk ve Gauss gibi pek çok bulanık sayı geliştirilmiştir (Pamucar vd., 2021, s. 5). Fakat literatürde araştırmacılar tarafından en çok tercih edilen bulanık sayılar, üçgen bulanık sayılardır. Üçgen bulanık sayılar, hesaplama kolaylığı ve özellikleri nedeniyle uygulama açısından diğer bulanık sayılara göre daha pratiktir (Sahebi vd., 2020, s. 92). Bulanık kümelerin ve üçgen bulanık sayıların ana hatları şu şekildedir (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 422):

Tanım 1: Bulanık sayı özel bir bulanık $F = \{(x, \mu_F(x)), x \in \mathfrak{R}\}$ kümesidir. Bu kümedeki x değerleri gerçek doğru üzerinde ($\mathfrak{R}: -\infty \leq x \leq \infty$) yer almaktadır. Ayrıca $\mu_F(x)$, $[0,1]$ kapalı aralığında bir üyelik fonksiyonunu temsil etmektedir (Pamucar vd., 2021, s. 5).

Tanım 2: Üçgen bulanık sayı aynı hiyerarşideki her bir eleman çiftinin göreceli gücünü ifade etmektedir. Ayrıca $T = (l, m, u)$ olarak gösterilirse $l \leq m \leq u$ olacak şekilde sıralanmaktadır ve bulanık bir olayda l değeri alt sınır değerini, m değeri merkezi değeri, u değeri ise üst sınır değerini belirtmektedir. T bulanık sayısının üçgen tip üyelik fonksiyonu 1 numaralı denklemde gösterildiği gibi tanımlanmaktadır (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 423).

$$\mu_T(x) = \begin{cases} 0 & , x < l \\ (x-l)/(m-l) & , l \leq x \leq m \\ (u-x)/(u-m) & , m \leq x \leq u \\ 0 & , x > u \end{cases} \quad (1)$$

$T_1 = (l_1, m_1, u_1)$ ve $T_2 = (l_2, m_2, u_2)$ olmak üzere iki adet üçgen bulanık sayı düşündüğümüzde; T_1 ve T_2 bulanık sayılarının temel cebirsel işlemleri aşağıdaki denklemlerle açıklanmaktadır (Mavi vd., 2017, s. 2407).

$$(l_1, m_1, u_1) \oplus (l_2, m_2, u_2) = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2) \quad (2)$$

$$(l_1, m_1, u_1) \otimes (l_2, m_2, u_2) = (l_1 l_2, m_1 m_2, u_1 u_2) \quad (3)$$

$$(l_1, m_1, u_1) / (l_2, m_2, u_2) \cong (l_1 / u_2, m_1 / m_2, u_1 / l_2) \quad l_i > 0, m_i > 0, u_i > 0 \quad (4)$$

$$(l_i, m_i, u_i)^{-1} \approx \left(\frac{1}{u_i}, \frac{1}{m_i}, \frac{1}{l_i} \right) \quad l_i > 0, m_i > 0, u_i > 0 \quad (5)$$

Tanım 3: a_j 'nin üçgen bir bulanık sayı (l_j, m_j, u_j) olduğunu varsayarsak; a_j 'nin dereceli ortalama entegrasyon gösterimi $(R(a_j))$ 6 numaralı denklem ile hesaplanmaktadır (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 423).

$$R(a_j) = \frac{l_j + 4m_j + u_j}{6} \quad (6)$$

Bulanık FUCOM Yöntemi

FUCOM, yeni bir ikili karşılaştırma esaslı ÇKKV yöntemi olarak Pamučar vd., (2018) tarafından ortaya konulmuştur (Xu, vd., 2020, s. 5). Bulanık FUCOM yöntemi, daha çok kriterlerin görelî önem ağırlıklarının belirlenmesinde kullanılmaktadır. n sayıda kriter için “ $n-1$ ” ikili karşılaştırma matrislerini kullanmakta ve dördüncü adımdaki iki koşulu kullanarak kriterlere son ağırlıklarını atamaktadır (Rehman vd., 2022, s. 5). Bulanık FUCOM yönteminde, kriter ağırlıklarına karar vermek için daha az sayıda ikili karşılaştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Tang vd., 2021, s. 5564; Pamucar vd., 2021, s. 7). Başka bir ifadeyle bulanık FUCOM yöntemi, karar vermede rasyonel yargıya katkıda bulunan, güvenilir ağırlık katsayıları (önem dereceleri) elde edilebilmesini sağlayan basit bir matematiksel yöntemdir (Fazlollahtabar vd., 2019, s. 51). Sonuç olarak bulanık FUCOM yöntemi, kriterleri öncelik sırasına koyarken karar vericilere kendi öznellikleriyle baş etmede yardımcı olan etkili bir karar aracıdır.

Kriterlerin ikili karşılaştırmasına dayalı ağırlıkları belirlemede sübjektif modeller, i kriterinin j kriteri üzerindeki etki derecesini belirlemek için karar vericilere ihtiyaç duymaktadır. i kriterinin j kriteri üzerindeki etki derecesi karşılaştırma değeri (a_{ij}) olarak kabul edilmektedir. a_{ij} karşılaştırmasının elde edilen değerleri öznel tahminlere dayandığından, mevcut belirsizlikler bulanık sayılarla ifade edilebilmektedir. Tablo 2’de bulanık FUCOM yönteminde kullanılan dilsel ifadeler ve bulanık sayı değerleri verilmiştir.

Tablo 2. Dilsel İfadelerin Bulanık Sayı Değerleri (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 424).

Dilsel İfadeler	Bulanık Sayı Değerleri
Eşit derecede önemli (EI)	(1,1,1)
Zayıf derecede önemli (WI)	(2/3,1,3/2)
Oldukça önemli (FI)	(3/2,2,5/2)
Çok önemli (VI)	(5/2,3,7/2)
Kesinlikle önemli (AI)	(7/2,4,9/2)

Bulanık FUCOM yönteminin uygulama adımları ise şu şekildedir:

Adım 1-Karar kriterlerini belirleme: Alternatifleri değerlendirmek için çok kriterli modellerde ilk adım bir dizi değerlendirme kriteri tanımlamaktır. $C = \{C_1, C_2, \dots, C_n\}$ kümesiyle temsil edilen n ($j=1,2,3, \dots, n$) değerlendirme kriteri vardır (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 424).

Adım 2-Karar kriterlerini önem derecelerine göre sıralama: İlk adımda karar vericilerden her bir kritere uzmanlıklarına göre önem puanı vermeleri istenmektedir. Karar vericiler daha sonra bulanık

sayılara çevrilen dilsel bir ölçekte derecelendirmeler atamaktadır. Birinci sıra, en yüksek ağırlık katsayısına sahip olması beklenen ppppppkritere atanmakta ve bu şekilde en az öneme sahip kritere doğru devam etmektedir (Tang vd., 2021, s. 5552). Son sırada, ağırlık katsayısının en düşük değerine sahip olmasını beklediğimiz kriter yer almaktadır. Böylece beklenen etkiye göre sıralanan kriterler elde edilmektedir (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 424).

$$C_{j(1)} > C_{j(2)} > \dots > C_{j(k)} \quad (7)$$

7 numaralı denklemde; $C_{j(1)}$ ve $C_{j(k)}$, önceden tanımlanmış n eleman kümesi arasında sırasıyla en çok ve en az önemli kriteri temsil etmektedir. Özellikle iki veya daha fazla kriter eşit öneme sahipse kriterlerin arasına büyüktür işareti (>) yerine eşitlik (=) işareti konulmaktadır (Ayadi vd., 2021, s. 13).

Adım 3-Üçgen bulanık sayıları kullanarak kriterlerin karşılaştırılması: Karşılaştırma ilk sıradaki (en önemli) kritere göre yapılmaktadır. Böylece ikinci adımda sıralanan tüm kriterler için bulanık kriter anlamlılığı ($\varpi C_{j(k)}$) elde edilmektedir. Birinci sıradaki kriter kendisiyle kıyaslandığından anlamı " $\varpi C_{j(1)=EI}$ " olarak tanımlanmaktadır. Kalan kriterlerin ise "n-1" karşılaştırması yapılmaktadır (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 424). Kriterlerin tanımlanan önemine dayalı olarak bulanık karşılaştırmalı anlamlılık ($\varphi_{k/(k+1)}$) 8 numaralı denklem uygulanarak belirlenmektedir (Ayadi vd., 2021, s. 13).

$$\varphi_{k/(k+1)} = \frac{\varpi C_{j(k+1)}}{\varpi C_{j(k)}} = \frac{(\varpi C_{j(k+1)}^l, \varpi C_{j(k+1)}^m, \varpi C_{j(k+1)}^u)}{(\varpi C_{j(k)}^l, \varpi C_{j(k)}^m, \varpi C_{j(k)}^u)} \quad (8)$$

$$\Phi = (\varphi_{1/2}, \varphi_{2/3}, \dots, \varphi_{k/(k+1)}) \quad (9)$$

8 ve 9 numaralı denklemlerdeki $\varphi_{k/(k+1)}$ ifadesi $C_{j(k)}$ rank kriterinin $C_{j(k+1)}$ rank kriterine göre sahip olduğu önemi temsil etmektedir (Pamucar vd., 2021, s. 7).

Adım 4-Optimum bulanık ağırlıkların hesaplanması: Dördüncü adımda $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ kriterlerinin bulanık ağırlık katsayılarının nihai değerleri hesaplanmaktadır. Ağırlık katsayılarının nihai değerleri aşağıdaki iki koşulu karşılamalıdır (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 425).

Koşul 1: Gözlenen $C_{j(k)}$ ve $C_{j(k+1)}$ kriterlerinin ağırlık katsayılarının oranı Adım 2'de tanımlanan karşılaştırmalı önemlerine ($\varphi_{k/(k+1)}$) eşit olmalıdır ve 10 numaralı denklemi yerine getirmelidir (Ayadi vd., 2021, s. 13).

$$\frac{w_k}{w_{k+1}} = \varphi_{k/(k+1)} \quad (10)$$

Koşul 2: 9 numaralı denklem ile tanımlanan koşula ek olarak ağırlık katsayılarının son değerleri ve

geçişliliği $\varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} = \varphi_{k/(k+2)}$ ve $\frac{w_k}{w_{k+1}} \otimes \frac{w_{k+1}}{w_{k+2}} = \frac{w_k}{w_{k+2}}$ eşitliklerini sağlamalıdır. Böylece

ağırlık katsayılarının nihai değerleriyle sağlanması gereken başka bir koşul olan 11 numaralı denklem

elde edilmektedir.

$$\frac{w_k}{w_{k+2}} = \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \quad (11)$$

Minimum Maksimum Tutarlıktan Sapmalar (DMC), $X=0$, yalnızca ağırlık katsayıları arasındaki geçişlilik tamamen karşılandığında sağlanmaktadır. O halde $\frac{w_k}{w_{k+1}} - \varphi_{k/(k+1)} = 0$ ve

$$\frac{w_k}{w_{k+2}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} = 0 \text{ denilebilmektedir. Bu koşulların sağlanabilmesi için } X \text{ değerinin}$$

minimizasyonu ile $\left| \frac{w_k}{w_{k+1}} - \varphi_{k/(k+1)} \right| \leq \chi$ ve $\left| \frac{w_k}{w_{k+2}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| \leq \chi$ koşullarını sağlayan $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ kriterlerinin ağırlık katsayıları değerlerinin belirlenmesi gerekmektedir (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 425).

Değerlendirme kriterlerinin ağırlık katsayılarının optimal bulanık değerlerini belirlemek için nihai doğrusal olmayan model $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ olarak kabul edilmektedir (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 425).

min χ

s.t.

$$\begin{cases} \left| \frac{w_k}{w_{k+1}} - \varphi_{k/(k+1)} \right| \leq \chi, \forall j \\ \left| \frac{w_k}{w_{k+2}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| \leq \chi, \forall j \\ \sum_{j=1}^n w_j = 1, \forall j \\ w_j^l \leq w_j^m \leq w_j^u \\ w_j^l \geq 0, \forall j \\ j = 1, 2, \dots, n \end{cases} \quad (12)$$

12 numaralı denklem takımında $w_j = (w_j^l, w_j^m, w_j^u)$ ve $\varphi_{k/(k+1)} = (\varphi_{k/(k+1)}^l, \varphi_{k/(k+1)}^m, \varphi_{k/(k+1)}^u)$ 'dir. En

yüksek tutarlılığı elde etmek için $\frac{w_k}{w_{k+1}} - \varphi_{k/(k+1)} = 0$ ve $\frac{w_k}{w_{k+2}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} = 0$

koşullarının sağlanması gerekmektedir. Böylece 12 numaralı denklem ile verilen model bulanık bir lineer model olan 13 numaralı denklem takımına dönüştürülebilmektedir. Bu denklem takımının çözülmesi halinde ağırlık katsayılarının optimal bulanık değerleri $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ olarak elde edilmektedir (Pamucar ve Ecer, 2020, s. 426).

min χ

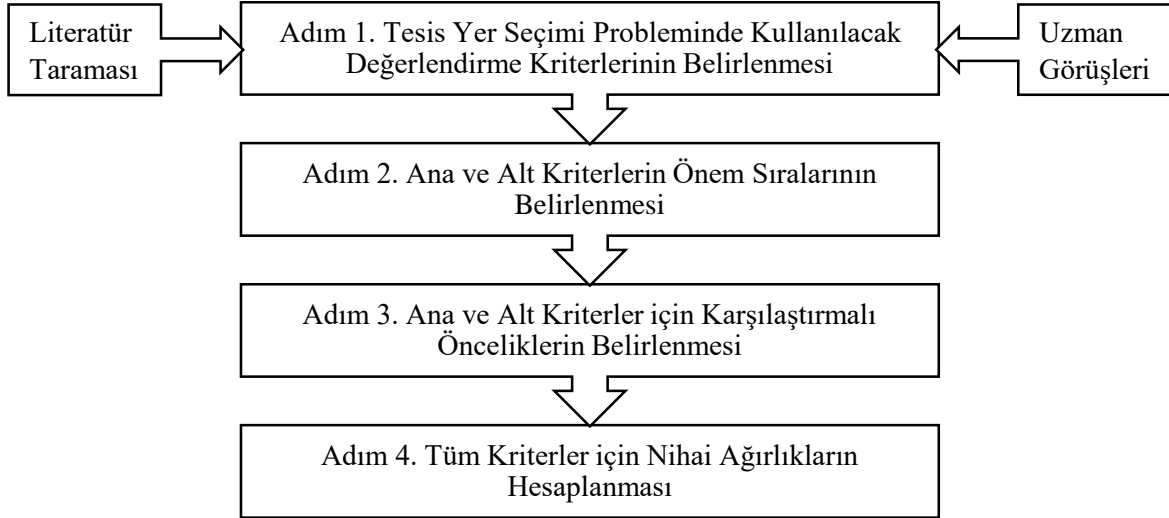
s.t.

$$\begin{cases} |w_k - w_{k+1} \otimes \varphi_{k/(k+1)}| \leq \chi, \forall j \\ |w_k - w_{k+2} \otimes \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)}| \leq \chi, \forall j \\ \sum_{j=1}^n w_j = 1, \forall j \\ w_j^l \leq w_j^m \leq w_j^u \\ w_j^l \geq 0, \forall j \\ j = 1, 2, \dots, n \end{cases} \quad (13)$$

Burada $w_j = (w_j^l, w_j^m, w_j^u)$ ve $\varphi_{k/(k+1)} = (\varphi_{k/(k+1)}^l, \varphi_{k/(k+1)}^m, \varphi_{k/(k+1)}^u)$ 'dir.

UYGULAMA

Uygulama kapsamında; imalat sektöründe kompozit pervane alanında faaliyet gösteren bir firmanın fabrika yeri seçiminde literatürde yaygın olarak kullanılan beş ana kriter ve yirmi bir alt kriterin önem ağırlıklarının, ÇKKV yöntemlerinden biri olan bulanık FUCOM yöntemiyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Şekil 1'de uygulamanın akış şeması verilmiştir.



Şekil 1. Uygulamanın Akış Şeması

Öncelikle literatürde tesis yer seçimi probleminde kullanılan değerlendirme kriterleri incelenmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan değerlendirme kriterleri Tablo 3'te verilmiştir. Karar vericilerden tercihlerini bu kriterler kapsamında değerlendirmeleri istenmiştir. İki ile otuz beş yıl arasında tecrübeye sahip işletme yöneticisi, mimar, yüksek gemi mühendisi, yüksek mekatronik mühendisi, yüksek malzeme mühendisi ve endüstri mühendisi olarak görev yapan dokuz uzmanın bulunduğu karar verme grubu oluşturulmuştur.

Tablo 3. Tesis Yer Seçimi Probleminde Kullanılan Değerlendirme Kriterleri

Kriter	Kısa Tanımı	Destekleyici Literatür	
C1-Coğrafi			
C11	Enerji kaynaklarına yakınlık	Tesisin enerji ihtiyacını karşılayabilecek altyapının durumunu ifade etmektedir.	Yaşloğlu ve Önder (2016)
C12	Hammadde tedariklerine yakınlık	Alternatif lokasyonun hammadde tedariklerine yakınlığını ifade etmektedir.	Yaşloğlu ve Önder (2016); Cedolin vd., (2018); Yücenur vd., (2019)
C13	İklim	Alternatif lokasyonun üretime etki edecek mevsimsel durumunu ifade etmektedir.	Yeşilkaya (2018); Kaul vd., (2020); Türk ve Özkök (2020)
C14	Müşterilere yakınlık	Müşterilerin fazla olduğu bölgelere olan yakınlığını ifade etmektedir.	Yaşloğlu ve Önder (2016); Suman vd., (2021)
C15	Sanayi bölgelerine yakınlık	Sanayi bölgelerine erişimini ifade etmektedir.	Dağ ve Önder (2013); Türk ve Özkök (2020)
C16	Ulaşım ağlarına yakınlık	Ulaşım olanaklarına yakınlığı kapsamaktadır.	Sennaroglu ve Celebi (2018); Durak vd., (2021)
C2-Çevre			
C21	Gürültü kirliliği	Fabrikanın kurulacağı alternatif lokasyondaki gürültü kirliliğini ifade etmektedir.	Karagöz vd., (2020, 2021); Simic vd., (2021); Torkayesh ve Simic (2022)
C22	Hava kirliliği	Fabrikanın kurulacağı alternatif lokasyonda ağır metallerin salınımını ve zararlı dioksinlerin halk sağlığı üzerindeki etkisini ifade etmektedir.	Durak vd., (2021); Deveci vd., (2021)
C23	Karbon ayak izi	Tesisin faaliyetleri sonucu atmosfere saldırdığı sera gazlarını ifade etmektedir.	Torkayesh ve Simic (2022)
C3-Ekonomik			
C31	Devlet teşvikleri	Devlet destek derecesi, sübvansiyonlar, arazi imtiyazları ve ergi teşviklerinden oluşmaktadır.	Dağ ve Önder (2013)
C32	İşletme ve bakım maliyetleri	Bir tesisi işletmek için gereken işletme ve bakım-onarım maliyetlerini ifade etmektedir.	Torkayesh ve Simic (2022); Effatpanah vd., (2022)
C33	Yatırım maliyeti	Projenin uygulanmasıyla ilgili toplam maliyetleri ifade etmektedir.	Yücenur vd., (2019); Seker ve Aydın (2020); Deveci vd., (2021)
C4-Sosyal			
C41	Çalışanlar için sosyal olanaklar	Okullar, hastaneler ve sosyal yaşam alanlarının varlığı olarak ifade edilmektedir.	Aytekin (2018)
C42	İş gücü mevcudiyeti	Yeterli sayıda işçinin mevcudiyeti olarak tanımlanmaktadır.	Simic vd., (2021)
C43	Topluluk yararı	Yaratılacak iş sayısını ve kentsel alan için etkiyi ifade etmektedir.	Seker ve Aydın (2020)
C44	Toplumsal kabul	Kurulacak fabrikanın bölgedeki sosyal çevre tarafından kabulünü ifade etmektedir.	Kannan vd., (2020); Karagöz vd., (2021); Torkayesh ve Simic (2022)
C5-Teknik			
C51	Arazi genişleme potansiyeli	Tesisin gelecekte arazisini genişletme potansiyelini ifade etmektedir.	Sennaroglu ve Celebi (2018)
C52	Arazi gereksinimi	Fabrikanın kurulacağı alternatif lokasyon alanını ifade etmektedir.	Torkayesh ve Simic (2022)
C53	Arazinin karakteristik uygunluğu	Alternatif lokasyonun coğrafi uygunluğu olarak tanımlanmaktadır.	Karagöz vd., (2020, 2021)
C54	Envanter depolama kapasitesi	Firmanın; satış, üretim veya kullanım hedefi için elinde tuttuğu malzemeleri stoklama için ihtiyacı olan alanı ifade etmektedir.	Karagoz vd., (2020); Simic vd., (2021)
C55	Trafik yoğunluğu	Alternatif lokasyon çevresindeki trafik yoğunluğunu ifade etmektedir.	Yaşloğlu ve Önder (2016); Sennaroglu ve Celebi (2018)

Karar vericilerin (KV_1, KV_2, \dots, KV_9) ana kriterleri (C_1, C_2, \dots, C_5), C_1 ana kriterinin alt kriterlerini ($C_{11}, C_{12}, \dots, C_{16}$), C_2 ana kriterinin alt kriterlerini (C_{21}, C_{22}, C_{23}), C_3 ana kriterinin alt kriterlerini (C_{31}, C_{32}, C_{33}), C_4 ana kriterinin alt kriterlerini ($C_{41}, C_{42}, C_{43}, C_{44}$) ve C_5 ana kriterinin alt kriterlerini ($C_{51}, C_{52}, \dots, C_{55}$) bulanık dilsel ifade ile değerlendirmeleri ve ana kriterlerin ve alt kriterlerin sıralanması Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Karar Vericilerin Bulanık Dilsel İfade ile Değerlendirmeleri ve Sıralanması

	Ana Kriterler	C₁ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₂ Ana Kriterinin Alt Kriterleri
KV₁	FI, AI, EI, VI, WI	WI, AI, EI, WI, VI, FI	WI, FI, EI
	$C_3 > C_5 > C_1 > C_4 > C_2$	$C_{13} > C_{11} = C_{14} > C_{16} > C_{15} > C_{12}$	$C_{23} > C_{21} > C_{22}$
KV₂	WI, AI, FI, VI, EI	WI, FI, VI, AI, VI, EI	WI, FI, EI
	$C_5 > C_1 > C_3 > C_4 > C_2$	$C_{16} > C_{11} > C_{12} > C_{13} = C_{15} > C_{14}$	$C_{23} > C_{21} > C_{22}$
KV₃	EI, FI, WI, VI, AI	AI, WI, EI, VI, WI, FI	FI, WI, EI
	$C_1 > C_3 > C_2 > C_4 > C_5$	$C_{13} > C_{12} = C_{15} > C_{16} > C_{14} > C_{11}$	$C_{23} > C_{22} > C_{21}$
KV₄	VI, AI, EI, WI, FI	FI, EI, AI, WI, WI, VI	AI, VI, EI
	$C_3 > C_4 > C_5 > C_1 > C_2$	$C_{12} > C_{14} = C_{15} > C_{11} > C_{16} > C_{13}$	$C_{23} > C_{22} > C_{21}$
KV₅	WI, VI, EI, AI, FI	WI, EI, FI, FI, AI, VI	WI, AI, EI
	$C_3 > C_1 > C_5 > C_2 > C_4$	$C_{12} > C_{11} > C_{13} = C_{14} > C_{16} > C_{15}$	$C_{23} > C_{21} > C_{22}$
KV₆	FI, AI, EI, VI, WI	WI, VI, FI, EI, VI, AI	EI, FI, AI
	$C_3 > C_5 > C_1 > C_4 > C_2$	$C_{14} > C_{11} > C_{13} > C_{12} = C_{15} > C_{16}$	$C_{21} > C_{22} > C_{23}$
KV₇	WI, FI, EI, AI, VI	VI, EI, AI, WI, FI, WI	AI, EI, VI
	$C_3 > C_1 > C_2 > C_5 > C_4$	$C_{12} > C_{14} = C_{16} > C_{15} > C_{11} > C_{13}$	$C_{22} > C_{23} > C_{21}$
KV₈	WI, VI, EI, AI, FI	VI, EI, AI, WI, VI, FI	FI, EI, WI
	$C_3 > C_1 > C_5 > C_2 > C_4$	$C_{12} > C_{14} > C_{16} > C_{11} = C_{15} > C_{13}$	$C_{22} > C_{23} > C_{21}$
KV₉	VI, WI, EI, AI, FI	WI, EI, VI, FI, FI, AI	WI, VI, EI
	$C_3 > C_2 > C_5 > C_1 > C_4$	$C_{12} > C_{11} > C_{14} = C_{15} > C_{13} > C_{16}$	$C_{23} > C_{21} > C_{22}$
	C₃ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₄ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₅ Ana Kriterinin Alt Kriterleri
KV₁	VI, WI, EI	WI, EI, VI, FI	FI, VI, EI, AI, WI
	$C_{33} > C_{32} > C_{31}$	$C_{42} > C_{41} > C_{44} > C_{43}$	$C_{53} > C_{55} > C_{51} > C_{52} > C_{54}$
KV₂	VI, FI, EI	EI, FI, WI, AI	EI, WI, FI, VI, AI
	$C_{33} > C_{32} > C_{31}$	$C_{41} > C_{43} > C_{42} > C_{44}$	$C_{51} > C_{52} > C_{53} > C_{54} > C_{55}$
KV₃	AI, EI, FI	AI, EI, WI, FI	EI, VI, FI, AI, WI
	$C_{32} > C_{33} > C_{31}$	$C_{42} > C_{43} > C_{44} > C_{41}$	$C_{51} > C_{55} > C_{53} > C_{52} > C_{54}$
KV₄	EI, FI, VI	AI, VI, FI, EI	EI, VI, AI, WI, FI
	$C_{31} > C_{32} > C_{33}$	$C_{44} > C_{43} > C_{42} > C_{41}$	$C_{51} > C_{54} > C_{55} > C_{52} > C_{53}$
KV₅	VI, WI, EI	VI, EI, FI, WI	WI, FI, EI, VI, AI
	$C_{33} > C_{32} > C_{31}$	$C_{42} > C_{44} > C_{43} > C_{41}$	$C_{53} > C_{51} > C_{52} > C_{54} > C_{55}$
KV₆	FI, EI, WI	WI, EI, VI, FI	EI, WI, AI, VI, FI
	$C_{32} > C_{33} > C_{31}$	$C_{42} > C_{41} > C_{44} > C_{43}$	$C_{51} > C_{52} > C_{55} > C_{54} > C_{53}$
KV₇	FI, EI, WI	FI, EI, VI, AI	VI, AI, WI, FI, EI
	$C_{32} > C_{33} > C_{31}$	$C_{42} > C_{41} > C_{43} > C_{44}$	$C_{55} > C_{53} > C_{54} > C_{51} > C_{52}$
KV₈	FI, WI, EI	WI, EI, FI, VI	WI, FI, EI, AI, VI
	$C_{33} > C_{32} > C_{31}$	$C_{42} > C_{41} > C_{43} > C_{44}$	$C_{53} > C_{51} > C_{52} > C_{55} > C_{54}$
KV₉	WI, FI, EI	VI, EI, WI, AI	WI, AI, EI, FI, VI
	$C_{33} > C_{31} > C_{32}$	$C_{42} > C_{43} > C_{41} > C_{44}$	$C_{53} > C_{51} > C_{54} > C_{55} > C_{52}$

Tablo 5'te ise KV₁'e göre en yüksek ağırlık katsayısına sahip olması beklenen kriterden en az öneme sahip olan kritere doğru yapılan sıralamanın bulanık sayı karşılıkları ve 8 numaralı denklem kullanılarak ifade edilen bulanık karşılaştırmalı anlamlılık değerleri verilmiştir.

Tablo 5. KV₁'e göre Sıralanmış Kriterlerin Bulanık Sayı Karşılıkları ve Karşılaştırmaları

		l	m	u		l	m	u
Ana Kriterler	C₃	1	1	1				
	C₅	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C5/C3)=}$	0,667	1,000	1,500
	C₁	1,5	2	2,5	$\varphi_{(C1/C5)=}$	1,000	2,000	3,750
	C₄	2,5	3	3,5	$\varphi_{(C4/C1)=}$	1,000	1,500	2,333
	C₂	3,5	4	4,5	$\varphi_{(C2/C4)=}$	1,000	1,333	1,800
C₁ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₁₃	1	1	1				
	C₁₁	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C11/C13)=}$	0,667	1,000	1,500
	C₁₄	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C14/C11)=}$	0,444	1,000	2,250
	C₁₆	1,5	2	2,5	$\varphi_{(C16/C14)=}$	1,000	2,000	3,750
	C₁₅	2,5	3	3,5	$\varphi_{(C15/C16)=}$	1,000	1,500	2,333
C₂ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₁₂	3,5	4	4,5	$\varphi_{(C12/C15)=}$	1,000	1,333	1,800
	C₂₃	1	1	1				
	C₂₁	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C21/C23)=}$	0,667	1,000	1,500
C₃ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₂₂	1,5	2	2,5	$\varphi_{(C22/C21)=}$	1,000	2,000	3,750
	C₃₃	1	1	1				
	C₃₂	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C32/C33)=}$	0,667	1,000	1,500
C₄ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₃₁	2,5	3	3,5	$\varphi_{(C31/C32)=}$	1,667	3,000	5,250
	C₄₂	1	1	1				
	C₄₁	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C41/C42)=}$	0,667	1,000	1,500
C₅ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₄₄	1,5	2	2,5	$\varphi_{(C44/C41)=}$	1,000	2,000	3,750
	C₄₃	2,5	3	3,5	$\varphi_{(C43/C44)=}$	1,000	1,500	2,333
	C₅₃	1	1	1				
C₅ Ana Kriterinin Alt Kriterleri	C₅₅	0,7	1	1,5	$\varphi_{(C55/C53)=}$	0,667	1,000	1,500
	C₅₁	1,5	2	2,5	$\varphi_{(C51/C55)=}$	1,000	2,000	3,750
	C₅₂	2,5	3	3,5	$\varphi_{(C52/C51)=}$	1,000	1,500	2,333
	C₅₄	3,5	4	4,5	$\varphi_{(C54/C52)=}$	1,000	1,333	1,800

Hesaplanan kriterlerin KV₁ için karşılaştırmalı önem vektörü aşağıdaki gibidir.

$$\Phi = [(0,67, 1, 1,5), (1, 2, 3,75), (1, 1,5, 2,33), (1, 1,33, 1,8)]$$

$$\Phi C_1 = [(0,67, 1, 1,5), (0,44, 1, 2,25), (1, 2, 3,75), (1, 1,5, 2,33), (1, 1,33, 1,8)]$$

$$\Phi C_2 = [(0,67, 1, 1,5), (1, 2, 3,75)]$$

$$\Phi C_3 = [(0,67, 1, 1,5), (1,67, 3, 5,25)]$$

$$\Phi C_4 = [(0,67, 1, 1,5), (1, 2, 3,75), (1, 1,5, 2,33)]$$

$$\Phi C_5 = [(0,67, 1, 1,5), (1, 2, 3,75), (1, 1,5, 2,33), (1, 1,33, 1,8)]$$

Tablo 5'te verilen bulanık sayılar ve sıralama 10 numaralı denklem yardımıyla her karar verici için kriterlerin karşılaştırmalı önemi ($\varphi_{k/(k+1)}$) hesaplanmıştır. Bunun yanında matematiksel geçerlilik

koşulunun sağlanması için 11 numaralı denklem kullanılarak $\varphi_{(k)/(k+2)}$ koşul değerleri hesaplanmıştır. Bu değerler KV₁'e göre Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6 KV₁'e göre Koşul Değerleri

Ana Kriterlerin İşlemleri	C₁ Ana Kriterinin Alt Kriterlerinin İşlemleri	C₂ Ana Kriterinin Alt Kriterlerinin İşlemleri
$\varphi_{C3/C5} = (0,67;1,00;1,50)$	$\varphi_{C13/C11} = (0,67;1,00;1,50)$	$\varphi_{C23/C21} = (0,67;1,00;1,50)$
$\varphi_{C5/C1} = (1,00;2,00;3,75)$	$\varphi_{C11/C14} = (0,44;1,00;2,25)$	$\varphi_{C21/C22} = (1,00;2,00;3,75)$
$\varphi_{C1/C4} = (1,00;1,50;2,33)$	$\varphi_{C14/C16} = (1,00;2,00;3,75)$	$\varphi_{C23/C22} = (0,67;2,00;5,63)$
$\varphi_{C4/C2} = (1,00;1,33;1,80)$	$\varphi_{C16/C12} = (1,00;1,50;2,33)$	
$\varphi_{C3/C1} = (0,67;2,00;5,63)$	$\varphi_{C15/C12} = (1,00;1,33;1,80)$	
$\varphi_{C5/C4} = (1,00;3,00;8,75)$	$\varphi_{C13/C14} = (0,30;1,00;3,38)$	
$\varphi_{C1/C2} = (1,00;2,00;4,20)$	$\varphi_{C11/C16} = (0,44;2,00;8,44)$	
	$\varphi_{C14/C15} = (1,00;3,00;8,75)$	
	$\varphi_{C16/C12} = (1,00;2,00;4,20)$	
C₃ Ana Kriterinin Alt Kriterlerinin İşlemleri	C₄ Ana Kriterinin Alt Kriterlerinin İşlemleri	C₅ Ana Kriterinin Alt Kriterlerinin İşlemleri
$\varphi_{C33/C32} = (0,67;1,00;1,50)$	$\varphi_{C42/C41} = (0,67;1,00;1,50)$	$\varphi_{C53/C55} = (0,67;1,00;1,50)$
$\varphi_{C32/C31} = (1,67;3,00;5,25)$	$\varphi_{C41/C44} = (1,00;2,00;3,75)$	$\varphi_{C55/C51} = (1,00;2,00;3,75)$
	$\varphi_{C44/C43} = (1,00;1,50;2,33)$	$\varphi_{C51/C52} = (1,00;1,50;2,33)$
$\varphi_{C33/C31} = (1,11;3,00;7,88)$	$\varphi_{C42/C44} = (0,67;2,00;5,63)$	$\varphi_{C52/C54} = (1,00;1,33;1,80)$
	$\varphi_{C41/C43} = (1,00;3,00;8,75)$	$\varphi_{C53/C51} = (0,67;2,00;5,63)$
		$\varphi_{C55/C52} = (1,00;3,00;8,75)$
		$\varphi_{C51/C54} = (1,00;2,00;4,20)$

Sonrasında ise 13 numaralı denklem kullanılarak her bir karar verici için matematiksel modeller oluşturulmuştur. Matematiksel model ile ağırlıkların belirlenmesinde her bir karar vericiye ait çözülmesi gereken çok sayıda eşitsizlik bulunmaktadır. Bu eşitsizlikler “LINGO 18.0” programı yardımıyla çözülerek her bir karar verici için kriter ağırlıkları hesaplanmıştır. KV₁ için oluşturulan denklem takımları aşağıda listelenmiştir.

KV₁'in ana kriterleri için hesaplanan matematiksel ifadeler 13 numaralı denklem yardımıyla çözülmüş ve aşağıda verilen matematiksel model oluşturulmuştur.

MinX

$$\begin{aligned}
& |w_3^l - 0,67w_5^u| \leq X, |w_5^l - 1,00w_1^u| \leq X, |w_1^l - 1,00w_4^u| \leq X, |w_4^l - 1,00w_2^u| \leq X \\
& |w_3^m - 1,00w_5^m| \leq X, |w_5^m - 2,00w_1^m| \leq X, |w_1^m - 1,50w_4^m| \leq X, |w_4^m - 1,33w_2^m| \leq X \\
& |w_3^u - 1,50w_5^l| \leq X, |w_5^u - 3,75w_1^l| \leq X, |w_1^u - 2,33w_4^l| \leq X, |w_4^u - 1,80w_2^l| \leq X \\
& |w_3^l - 0,67w_1^u| \leq X, |w_5^l - 1,00w_4^u| \leq X, |w_1^l - 1,00w_2^u| \leq X \\
& |w_3^m - 2,00w_1^m| \leq X, |w_5^m - 3,00w_4^m| \leq X, |w_1^m - 2,00w_2^m| \leq X \\
& |w_3^u - 5,63w_1^l| \leq X, |w_5^u - 8,75w_4^l| \leq X, |w_1^u - 4,20w_2^l| \leq X \\
& (w_1^l + 4w_1^m + w_1^u) / 6 + (w_2^l + 4w_2^m + w_2^u) / 6 + (w_3^l + 4w_3^m + w_3^u) / 6 + \\
& (w_4^l + 4w_4^m + w_4^u) / 6 + (w_5^l + 4w_5^m + w_5^u) / 6 = 1 \\
& w_1^l \leq w_1^m \leq w_1^u, w_2^l \leq w_2^m \leq w_2^u, w_3^l \leq w_3^m \leq w_3^u, w_4^l \leq w_4^m \leq w_4^u, w_5^l \leq w_5^m \leq w_5^u \\
& 0 \leq w_1^l, 0 \leq w_2^l, 0 \leq w_3^l, 0 \leq w_4^l, 0 \leq w_5^l,
\end{aligned}$$

KV₁'in C₁ ana kriterine ait alt kriterleri için hesaplanan matematiksel ifadeler 13 numaralı denklem yardımıyla çözülmüş ve aşağıda verilen matematiksel model oluşturulmuştur.

MinX

$$\begin{aligned}
& |w_{13}^l - 0,67w_{11}^u| \leq X, |w_{11}^l - 0,44w_{14}^u| \leq X, |w_{14}^l - 1,00w_{16}^u| \leq X, |w_{16}^l - 1,00w_{15}^u| \leq X \\
& |w_{13}^m - 1,00w_{11}^m| \leq X, |w_{11}^m - 1,00w_{14}^m| \leq X, |w_{14}^m - 2,00w_{16}^m| \leq X, |w_{16}^m - 1,50w_{15}^m| \leq X \\
& |w_{13}^u - 1,50w_{11}^l| \leq X, |w_{11}^u - 2,25w_{14}^l| \leq X, |w_{14}^u - 3,75w_{16}^l| \leq X, |w_{16}^u - 2,33w_{15}^l| \leq X \\
& |w_{15}^l - 1,00w_{12}^u| \leq X, |w_{15}^m - 1,33w_{12}^m| \leq X, |w_{15}^u - 1,80w_{12}^l| \leq X \\
& |w_{13}^l - 0,30w_{14}^u| \leq X, |w_{11}^l - 0,44w_{16}^u| \leq X, |w_{14}^l - 1,00w_{15}^u| \leq X, |w_{16}^l - 1,00w_{12}^u| \leq X \\
& |w_{13}^m - 1,00w_{14}^m| \leq X, |w_{11}^m - 2,00w_{16}^m| \leq X, |w_{14}^m - 3,00w_{15}^m| \leq X, |w_{16}^m - 2,00w_{12}^m| \leq X \\
& |w_{13}^u - 3,38w_{14}^l| \leq X, |w_{11}^u - 8,44w_{16}^l| \leq X, |w_{14}^u - 8,75w_{15}^l| \leq X, |w_{16}^u - 4,20w_{12}^l| \leq X \\
& (w_{11}^l + 4w_{11}^m + w_{11}^u) / 6 + (w_{12}^l + 4w_{12}^m + w_{12}^u) / 6 + (w_{13}^l + 4w_{13}^m + w_{13}^u) / 6 + \\
& (w_{14}^l + 4w_{14}^m + w_{14}^u) / 6 + (w_{15}^l + 4w_{15}^m + w_{15}^u) / 6 + (w_{16}^l + 4w_{16}^m + w_{16}^u) / 6 = 1 \\
& w_{11}^l \leq w_{11}^m \leq w_{11}^u, w_{12}^l \leq w_{12}^m \leq w_{12}^u, w_{13}^l \leq w_{13}^m \leq w_{13}^u, w_{14}^l \leq w_{14}^m \leq w_{14}^u, w_{15}^l \leq w_{15}^m \leq w_{15}^u \\
& w_{16}^l \leq w_{16}^m \leq w_{16}^u \\
& 0 \leq w_{11}^l, 0 \leq w_{12}^l, 0 \leq w_{13}^l, 0 \leq w_{14}^l, 0 \leq w_{15}^l, 0 \leq w_{16}^l
\end{aligned}$$

KV₁'in C₂ ana kriterine ait alt kriterleri için hesaplanan matematiksel ifadeler 13 numaralı denklem yardımıyla çözülmüş ve aşağıda verilen matematiksel model oluşturulmuştur.

MinX

$$\begin{aligned}
& |w_{23}^l - 0,67w_{21}^u| \leq X, |w_{21}^l - 1,00w_{22}^u| \leq X, |w_{23}^m - 1,00w_{21}^m| \leq X \\
& |w_{21}^m - 2,00w_{22}^m| \leq X, |w_{23}^u - 1,50w_{21}^l| \leq X, |w_{21}^u - 3,75w_{22}^l| \leq X \\
& |w_{23}^l - 0,67w_{22}^u| \leq X, |w_{23}^m - 2,00w_{22}^m| \leq X, |w_{23}^u - 5,63w_{22}^l| \leq X \\
& (w_{21}^l + 4w_{21}^m + w_{21}^u) / 6 + (w_{22}^l + 4w_{22}^m + w_{22}^u) / 6 + (w_{23}^l + 4w_{23}^m + w_{23}^u) / 6 = 1 \\
& w_{21}^l \leq w_{21}^m \leq w_{21}^u, w_{22}^l \leq w_{22}^m \leq w_{22}^u, w_{23}^l \leq w_{23}^m \leq w_{23}^u \\
& 0 \leq w_{21}^l, 0 \leq w_{22}^l, 0 \leq w_{23}^l
\end{aligned}$$

KV₁'in C₃ ana kriterine ait alt kriterleri için hesaplanan matematiksel ifadeler 13 numaralı denklem yardımıyla çözülmüş ve aşağıda verilen matematiksel model oluşturulmuştur.

MinX

$$\begin{aligned}
& |w'_{33} - 0,67w''_{32}| \leq X, \quad |w'_{32} - 1,67w''_{31}| \leq X, \quad |w^m_{33} - 1,00w^m_{32}| \leq X, \\
& |w^m_{32} - 3,00w^m_{31}| \leq X, \quad |w''_{33} - 1,50w''_{32}| \leq X, \quad |w''_{32} - 5,25w''_{31}| \leq X, \\
& |w'_{33} - 1,11w''_{31}| \leq X, \quad |w^m_{33} - 3,00w^m_{31}| \leq X, \quad |w''_{33} - 7,88w''_{31}| \leq X \\
& (w'_{31} + 4w^m_{31} + w''_{31})/6 + (w'_{32} + 4w^m_{32} + w''_{32})/6 + (w'_{33} + 4w^m_{33} + w''_{33})/6 = 1 \\
& w'_{31} \leq w^m_{31} \leq w''_{31}, w'_{32} \leq w^m_{32} \leq w''_{32}, w'_{33} \leq w^m_{33} \leq w''_{33} \\
& 0 \leq w'_{31}, \quad 0 \leq w'_{32}, \quad 0 \leq w'_{33}
\end{aligned}$$

KV₁'in C₄ ana kriterine ait alt kriterleri için hesaplanan matematiksel ifadeler 13 numaralı denklem yardımıyla çözülmüş ve aşağıda verilen matematiksel model oluşturulmuştur.

MinX

$$\begin{aligned}
& |w'_{42} - 0,67w''_{41}| \leq X, \quad |w'_{41} - 1,00w''_{44}| \leq X, \quad |w'_{44} - 1,00w''_{43}| \leq X, \quad |w^m_{42} - 1,00w^m_{41}| \leq X \\
& \quad |w''_{44} - 2,33w''_{43}| \leq X \\
& |w^m_{41} - 2,00w^m_{44}| \leq X, \quad |w^m_{44} - 1,50w^m_{43}| \leq X, \quad |w''_{42} - 1,50w''_{41}| \leq X, \quad |w''_{41} - 3,75w''_{44}| \leq X \\
& |w'_{42} - 0,67w''_{44}| \leq X, \quad |w'_{41} - 1,00w''_{43}| \leq X, \quad |w^m_{42} - 2,00w^m_{44}| \leq X, \quad |w^m_{41} - 3,00w^m_{43}| \leq X \\
& \quad |w''_{42} - 5,63w''_{44}| \leq X, \quad |w''_{41} - 8,75w''_{43}| \leq X \\
& (w'_{41} + 4w^m_{41} + w''_{41})/6 + (w'_{42} + 4w^m_{42} + w''_{42})/6 + (w'_{43} + 4w^m_{43} + w''_{43})/6 + \\
& \quad (w'_{44} + 4w^m_{44} + w''_{44})/6 = 1 \\
& w'_{41} \leq w^m_{41} \leq w''_{41}, w'_{42} \leq w^m_{42} \leq w''_{42}, w'_{43} \leq w^m_{43} \leq w''_{43}, w'_{44} \leq w^m_{44} \leq w''_{44} \\
& 0 \leq w'_{41}, \quad 0 \leq w'_{42}, \quad 0 \leq w'_{43}, \quad 0 \leq w'_{44}
\end{aligned}$$

KV₁'in C₅ ana kriterine ait alt kriterleri için hesaplanan matematiksel ifadeler 13 numaralı denklem yardımıyla çözülmüş ve aşağıda verilen matematiksel model oluşturulmuştur.

MinX

$$\begin{aligned}
& |w'_{53} - 0,67w''_{55}| \leq X, \quad |w'_{55} - 1,00w''_{51}| \leq X, \quad |w'_{51} - 1,00w''_{52}| \leq X, \quad |w'_{52} - 1,00w''_{54}| \leq X \\
& |w^m_{53} - 1,00w^m_{55}| \leq X, \quad |w^m_{55} - 2,00w^m_{51}| \leq X, \quad |w^m_{51} - 1,50w^m_{52}| \leq X, \quad |w^m_{52} - 1,33w^m_{54}| \leq X \\
& |w''_{53} - 1,50w''_{55}| \leq X, \quad |w''_{55} - 3,75w''_{51}| \leq X, \quad |w''_{51} - 2,33w''_{52}| \leq X, \quad |w''_{52} - 1,80w''_{54}| \leq X \\
& \quad |w'_{53} - 0,67w''_{51}| \leq X, \quad |w'_{55} - 1,00w''_{52}| \leq X, \quad |w'_{51} - 1,00w''_{54}| \leq X \\
& \quad |w^m_{53} - 2,00w^m_{51}| \leq X, \quad |w^m_{55} - 3,00w^m_{52}| \leq X, \quad |w^m_{51} - 2,00w^m_{54}| \leq X \\
& \quad |w''_{53} - 5,63w''_{51}| \leq X, \quad |w''_{55} - 8,75w''_{52}| \leq X, \quad |w''_{51} - 4,20w''_{54}| \leq X \\
& (w'_{51} + 4w^m_{51} + w''_{51})/6 + (w'_{52} + 4w^m_{52} + w''_{52})/6 + (w'_{53} + 4w^m_{53} + w''_{53})/6 + \\
& \quad (w'_{54} + 4w^m_{54} + w''_{54})/6 + (w'_{55} + 4w^m_{55} + w''_{55})/6 = 1 \\
& w'_{51} \leq w^m_{51} \leq w''_{51}, w'_{52} \leq w^m_{52} \leq w''_{52}, w'_{53} \leq w^m_{53} \leq w''_{53}, w'_{54} \leq w^m_{54} \leq w''_{54} \\
& \quad w'_{55} \leq w^m_{55} \leq w''_{55} \\
& 0 \leq w'_{51}, \quad 0 \leq w'_{52}, \quad 0 \leq w'_{53}, \quad 0 \leq w'_{54}, \quad 0 \leq w'_{55}
\end{aligned}$$

Yapılan hesaplamalar sonucunda her karar verici için kriterlerin 6 numaralı denklem kullanılarak nihai ağırlıkları hesaplanmıştır. Karar vericilerin görüşlerini bütünleştirmek amacıyla bu ağırlıkların geometrik ortalaması alınmıştır (Fazlollahtabar vd., 2019, s. 60; Baki, 2022, s. 20; Kılıç vd., 2022, s. 5). Her bir ana kriter ve alt kriterleri kendi aralarında sıralanmış ve Tablo 7'de verilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde önem ağırlığına göre ana kriterler şu şekilde sıralanmıştır: Ekonomik (C₃), coğrafi

(C₁), teknik (C₅), çevre (C₂) ve sosyal (C₄). Coğrafi (C₁) ana kriterinin alt kriterlerinin sonuçları incelendiğinde önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde ifade edilmiştir: Hammadde kaynaklarına yakınlık (C₁₂), müşterilere yakınlık (C₁₄), enerji kaynaklarına yakınlık (C₁₁), iklim(C₁₃), ulaşım ağlarına yakınlık (C₁₆) ve sanayi bölgelerine yakınlık (C₁₅). Çevre (C₂) ana kriterinin alt kriterlerinin sonuçları incelendiğinde önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde sıralanmıştır: Karbon ayak izi (C₂₃), gürültü kirliliği (C₂₁) ve hava kirliliği (C₂₂). Ekonomik (C₃) ana kriterinin alt kriterlerinin sonuçları incelendiğinde önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde sıralanmıştır: Yatırım maliyeti (C₃₃), işletme ve bakım maliyeti (C₃₂) ve devlet teşvikleri (C₃₁). Sosyal (C₄) ana kriterinin alt kriterlerinin sonuçları incelendiğinde önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde sıralanmıştır: İş gücü mevcudiyeti (C₄₂), topluluk yararı (C₄₃), çalışanlar için sosyal olanaklar (C₄₁) ve toplumsal kabul (C₄₄). Teknik (C₅) ana kriterinin alt kriterlerinin sonuçları incelendiğinde önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde ortaya çıkmıştır: Arazi genişleme potansiyeli (C₅₁), arazinin karakteristik uygunluğu (C₅₃), trafik yoğunluğu (C₅₅), arazi gereksinimi (C₅₂) ve envanter depolama kapasitesi (C₅₄).

Tablo 7 Nihai Kriter Ağırlıkları

	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅	KV ₆	KV ₇	KV ₈	KV ₉	Geometrik Ortalama	Sıralama
C ₁	0,151	0,312	0,322	0,118	0,312	0,151	0,312	0,312	0,118	0,21456	2
C ₂	0,097	0,097	0,151	0,097	0,118	0,097	0,151	0,118	0,312	0,12731	4
C ₃	0,322	0,151	0,312	0,322	0,322	0,322	0,322	0,322	0,322	0,29506	1
C ₄	0,118	0,118	0,118	0,312	0,097	0,118	0,097	0,097	0,097	0,12056	5
C ₅	0,312	0,322	0,097	0,151	0,151	0,312	0,118	0,151	0,151	0,17861	3
C ₁₁	0,271	0,288	0,093	0,094	0,282	0,288	0,073	0,079	0,282	0,16481	3
C ₁₂	0,093	0,116	0,271	0,280	0,297	0,079	0,280	0,296	0,297	0,19827	1
C ₁₃	0,280	0,079	0,280	0,093	0,117	0,116	0,093	0,113	0,094	0,12552	4
C ₁₄	0,189	0,113	0,073	0,271	0,115	0,296	0,271	0,288	0,117	0,17165	2
C ₁₅	0,073	0,109	0,189	0,189	0,097	0,109	0,094	0,109	0,115	0,11479	6
C ₁₆	0,094	0,296	0,094	0,073	0,094	0,113	0,189	0,116	0,097	0,11760	5
C ₂₁	0,389	0,389	0,212	0,160	0,436	0,570	0,160	0,212	0,419	0,29700	2
C ₂₂	0,212	0,212	0,389	0,210	0,115	0,285	0,630	0,400	0,149	0,25451	3
C ₂₃	0,400	0,400	0,400	0,630	0,449	0,145	0,210	0,389	0,432	0,35618	1
C ₃₁	0,149	0,185	0,145	0,543	0,149	0,212	0,212	0,212	0,389	0,21959	3
C ₃₂	0,419	0,271	0,570	0,271	0,419	0,400	0,400	0,389	0,212	0,35824	2
C ₃₃	0,432	0,543	0,285	0,185	0,432	0,389	0,389	0,400	0,400	0,36976	1
C ₄₁	0,346	0,370	0,098	0,130	0,130	0,346	0,227	0,346	0,128	0,20852	3
C ₄₂	0,357	0,173	0,370	0,158	0,357	0,357	0,484	0,357	0,403	0,31673	1
C ₄₃	0,130	0,358	0,358	0,227	0,167	0,130	0,158	0,167	0,366	0,21024	2
C ₄₄	0,167	0,098	0,173	0,484	0,346	0,167	0,130	0,130	0,102	0,17280	4
C ₅₁	0,151	0,322	0,322	0,322	0,312	0,322	0,118	0,312	0,312	0,26200	1
C ₅₂	0,118	0,312	0,118	0,118	0,151	0,312	0,097	0,151	0,097	0,14807	4
C ₅₃	0,322	0,151	0,151	0,097	0,322	0,097	0,312	0,322	0,322	0,20775	2
C ₅₄	0,097	0,118	0,097	0,312	0,118	0,118	0,151	0,097	0,151	0,13007	5
C ₅₅	0,312	0,097	0,312	0,151	0,097	0,151	0,322	0,118	0,118	0,16557	3

Her karar verici için ağırlıklar hesaplandıktan sonra kriterlerin önem sırasının hesaplanması için alt kriterler ile ait oldukları ana kriter ağırlıkları çarpılarak global ağırlıklar hesaplanmıştır. Alt kriterlerin global ağırlıkları ve sıralaması Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Kriterlerin Nihai Önem Ağırlıkları ve Sıralama

Ana Kriterler	Alt Kriterler	Global Ağırlıklar	Sıralama
C ₁ (0,21456)	C ₁₁ (0,16481)	0,03563	11
	C ₁₂ (0,19827)	0,04318	6
	C ₁₃ (0,12552)	0,02725	15
	C ₁₄ (0,17165)	0,03725	10
	C ₁₅ (0,11479)	0,02495	19
	C ₁₆ (0,11760)	0,02548	18
C ₂ (0,12731)	C ₂₁ (0,29700)	0,03817	9
	C ₂₂ (0,25451)	0,03288	12
	C ₂₃ (0,35618)	0,04625	5
C ₃ (0,29506)	C ₃₁ (0,21959)	0,06660	3
	C ₃₂ (0,35824)	0,10643	2
	C ₃₃ (0,36976)	0,11082	1
C ₄ (0,12056)	C ₄₁ (0,20852)	0,02620	17
	C ₄₂ (0,31673)	0,03991	7
	C ₄₃ (0,21024)	0,02637	16
	C ₄₄ (0,17280)	0,02188	21
C ₅ (0,17861)	C ₅₁ (0,26200)	0,04881	4
	C ₅₂ (0,14807)	0,02769	14
	C ₅₃ (0,20775)	0,03873	8
	C ₅₄ (0,13007)	0,02434	20
	C ₅₅ (0,16557)	0,03092	13

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada imalat sektöründe kompozit pervane alanında faaliyet gösteren bir firmanın fabrika yeri seçimi kapsamında, literatür ışığında uzman karar verme grubu ile birlikte belirlenmiş olan beş ana kriter ve yirmi bir alt kriterin önem ağırlıkların, bulanık FUCOM yöntemiyle tespit edilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde en yüksek önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde sıralanmıştır: Yatırım maliyeti (C₃₃), işletme ve bakım maliyetleri (C₃₂), devlet teşvikleri (C₃₁), arazi genişleme potansiyeli (C₅₁), karbon ayak izi (C₂₃).

Ortaya çıkan sonuçlar, daha önce yapılmış olan çalışmalar kapsamında değerlendirilmiştir. Yaşlıoğlu ve Önder (2016) plastik eşya üreticisi bir firmanın fabrika yer seçiminde altı ana kriter ve otuz sekiz alt kriter belirlemişlerdir. İlk yatırım maliyeti, hammadde maliyetleri, devlet yatırım desteği fırsatı, tehlikeli madde taşıma potansiyeli ve su kaynaklarına yakınlık önemli kriterler olarak ortaya çıkmıştır. Aytekin (2018) bir kereste fabrikası yer seçiminde on kriter belirlemiştir. En yüksek önem ağırlığına göre kriterler şu şekilde sıralanmıştır: Hammadde, pazar, iş gücü, ulaşım ve vergi. Rahman vd. (2018), bir plastik imalat firması için tesis yer seçiminde on kriter belirlemişlerdir. Arsa maliyeti, inşaat maliyeti, nitelikli işçi durumu, iletişim ve ulaşım imkânları önemli kriterler olarak ifade

edilmiştir. Bajpai vd. (2020), bir imalat firması için tesis yer seçiminde altı kriter üzerinde durmuşlardır. Sağlık ve güvenlik, toplum hayatı, cinsiyet eşitliği, altyapı ve ulaşım ve iş güvenliği şeklinde bir önem sırası elde etmişlerdir. Suman vd. (2021), mobilya endüstrisi tesis yer seçiminde yedi kriter belirlemişlerdir. Enerji kullanılabilirliği, hammaddelerin mevcudiyeti, ulaşım önemli kriterler olarak ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmaların sonuçlarına bakıldığında ise araştırmamız sonuçlarının örtüştüğü ve farklılık oluşan noktalara sahip olduğu ifade edilebilir. Mevcut araştırmaların sonuçları ile çalışmamızın sonuçlarındaki farklılıkların ise bölge, sektör ve değerlendirme kriterlerindeki farklılıklara bağlı olduğu düşünülmektedir. Ayrı karar verici grup üyeleri her ne kadar konu hakkında önemli ölçüde bilgi sahibi olsalar da, bir işletme özeline yapılan yer seçiminde subjektifliğin tamamen ortadan kalkması mümkün görünmemektedir.

Bu araştırmanın işletmelerin tesis yer seçimi problemi konusunda bir çerçeve sunarak katkı sağlayabileceği ve uygulanan yöntem açısından da fikir verebileceği düşünülmektedir. İlerleyen çalışmalarda, kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenmesi aşamasında, sektörden daha fazla firmaya veya uzmana ulaşılarak tesis yer seçimi probleminde dikkate alınacak kriterler için daha geniş katılımı bir kriter kümesi oluşturulabilir. Ayrıca önem ağırlıklarının hesaplanması aşamalarında farklı ÇKKV yöntemleri kullanılarak sonuçların karşılaştırılması gerçekleştirilebilir. Kriterlerin ağırlıklandırılması sonrası uygun alternatiflerin çeşitli yöntemlerle değerlendirilmesi süreçleri de ele alınabilir.

KAYNAKÇA

- Altuntas, S. ve Dereli, T. (2017). Application of an aggregation technique to facility layout design selection. *Journal of Thermal Engineering*, 3(1), 1078-1088.
- Asori, M., Dogbey, E., Morgan, A. K., Ampofo, S. T., Mpobi, R. K. J. ve Katey, D. (2022). Application of GIS-based multi-criteria decision making analysis (GIS-MCDA) in selecting locations most suitable for siting engineered landfills – the case of Ashanti Region, Ghana. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 33(3), 800-826.
- Ayadi, H., Hamani, N., Kermad, L. ve Benaissa, M. (2021). Novel fuzzy composite indicators for locating a logistics platform under sustainability perspectives. *Sustainability*, 13, 3891.
- Aytekin, A. (2018). Using hybrid method in selecting timber factory location. *Drvna Industrija*, 6(3), 273-281.
- Bajpai, A., Kaul, A., Darbari, J.D. ve Jha, P. C. (2020). A fuzzy MCDM model for facility location evaluation based on quality of life. *Soft Computing for Problem Solving* içinde (ss. 687-697), Springer.
- Baki, R. (2022). Evaluation of the five busiest airports in Turkey through fuzzy FUCOM and MAIRCA. *European Journal of Applied Business Management*, 8(3), 15-31.
- Banihashemi, S. A., Khalilzadeh, M., Antucheviciene, J. ve Šaparauskas, J. (2021). Trading off time–cost–quality in construction project scheduling problems with fuzzy SWARA–TOPSIS approach. *Buildings*, 11, 387.
- Biswas, S. ve Pamucar, D. (2020). Facility location selection for b-schools in Indian context: A multi-criteria group decision based analysis. *Axioms*, 9(3), 1-18.
- Böyükaslan, A. ve Ecer, F. (2021). Determination of drivers for investing in cryptocurrencies through a fuzzy full consistency method-Bonferroni (FUCOM-F'B) framework. *Technology in Society*, 67, 101745.
- Cedolin, M., Göker, N., Dogu, E. ve Albayrak, Y. E. (2018). Facility location selection employing fuzzy DEA and fuzzy goal programming techniques. *Proceedings of the Conference of the European Society for Fuzzy Logic and Technology 2017* içinde (ss. 466-476). Springer.
- Chithambaranathan, P., Rajkumar, A., Prithiviraj, D. ve Palpandi, M. (2022). A multi criteria decision based approach for facility location selection with flexible criteria weights. *Materials Today: Proceedings*, 62, 1215-1217.
- Chou, S., Chang, Y. ve Shen, C. (2008). A fuzzy simple additive weighting system under group decision-making for facility location selection with objective/subjective attributes. *European Journal of Operational Research*, 189(1), 132-145.
- Chou, T., Hsu, C. ve Chen, M. (2008). A fuzzy multi-criteria decision model for international tourist hotels location selection. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 293-301.
- Cooper, L. (1963). Location-allocation problems. *Operations Research*, 11(3), 331-343.

- Çakıcı, L. (1968). *Sanayi işletmelerinin kuruluş yeri seçiminde ulaştırma masraflarının yeri ve önemi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Dağ, S. ve Önder, E. (2013). Decision-making for facility location using VIKOR method. *Journal of International Scientific Publication: Economy & Business*, 7(1), 308-330.
- Demir, G., Damjanović, M., Matović, B. ve Vujadinovic, R. (2022). Toward sustainable urban mobility by using fuzzy-FUCOM and fuzzy-CoCoSo methods: The case of the SUMP podgorica. *Sustainability*, 14, 4972.
- Demirdöğen, O. ve Küçük, O. (2018). *Üretim işlemler yönetimi (4. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Deveci, M., Simic, V. ve Torkayesh, A. E. (2021). Remanufacturing facility location for automotive lithium-ion batteries: An integrated neutrosophic decision-making model. *Journal of Cleaner Production*, 317, 128438.
- Drira, A., Pierreval, H. ve Hajri-Gabouj, S. (2007). Facility layout problems: A survey. *Annual Reviews in Control*, 36, 255-267.
- Durak, İ., Arslan, H. M. ve Özdemir, Y. (2021). Application of AHP–TOPSIS methods in technopark selection of technology companies: Turkish case. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-15.
- Effatpanah, S. K., Ahmadi, M. H., Aungkulanon, P., Maleki, A., Milad, S., Mohsen, S. ve Chen, L. (2022). Comparative analysis of five widely-used multi-criteria decision-making methods to evaluate clean energy technologies: A case study. *Sustainability*, 14(3), 1403.
- Fazlollahtabar, H., Smailbašić, A. ve Stević, Ž. (2019). FUCOM method in group decision-making: Selection of forklift in a warehouse. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 2(1), 49-65.
- Feng, J., Xu, S. X., Xu, G. ve Cheng, H. (2021). An integrated decision-making method for locating parking centers of recyclable waste transportation vehicles. *Transportation Research Part E*, 157, 102569.
- Gürsel, H. (1972). Kuruluş yeri teorileri. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 27(2), 207-236.
- Hakim, S. N. ve Putra, A. J. (2022). The best location selection using analytical hierarchy process method. *International Journal of Industrial Optimization*, 3(1), 68-79.
- Hanine, M., Boutkhoul, O., Tikniouine, A. ve Agouti, T. (2016). Comparison of fuzzy AHP and fuzzy TODIM methods for landfill location selection. *SpringerPlus*, 5(501), 1-30.
- Kannan, D., Moazzeni, S., Darmian, S. M. ve Afrasiabi, A. (2020). A hybrid approach based on MCDM methods and Monte Carlo simulation for sustainable evaluation of potential solar sites in east of Iran. *Journal of Cleaner Production*, 279, 122368.
- Karagoz, S., Deveci, M., Simic, V., Aydin, N. ve Bolukbas, U. (2020). A novel intuitionistic fuzzy MCDM-based CODAS approach for locating an authorized dismantling center: A case study of Istanbul. *Waste Management & Research*, 38(6), 1-13.

- Karagöz, S., Deveci, M., Simic, V. ve Aydin, N. (2021). Interval type-2 fuzzy ARAS method for recycling facility location problems. *Applied Soft Computing*, 102, 107107.
- Karande, P. ve Chatterjee, P. (2018). Desirability function approach for selection of facility location: A case study. *IEOM Society International*, 1700-1708.
- Karaşan, A., Kaya, İ. ve Erdoğan, M. (2020). Location selection of electric vehicles charging stations by using a fuzzy MCDM method: A case study in Turkey. *Neural Computing and Applications*, 32, 4553–4574.
- Kieu, P. T., Nguyen, V. T., Nguyen, V. T., ve Ho, T. P. (2021). A spherical fuzzy analytic hierarchy process (SF-AHP) and combined compromise solution (CoCoSo) algorithm in distribution center location selection: A case study in agricultural supply chain. *Axioms*, 10(2), 53.
- Kik, D., Wichmann, M. G. ve Spengler, T. S. (2022). Decision support framework for the regional facility location and development planning problem. *Journal of Business Economics*, 92, 115-157.
- Kodali, R. ve Routroy, S. (2006). Decision framework for selection of facilities location in competitive supply chain. *Journal of Advanced Manufacturing Systems*, 5(1), 89-110.
- Kumar, K. ve Kumanan, S. (2011). An integrated fuzzy QFD and AHP approach for facility location selection. *The IUP Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 30-41.
- Kumar, R., Athawale, V. M. ve Chakraborty, S. (2010). Facility location selection using the UTA method. *The IUP Journal of Operations Management*, 9(4), 21-34.
- Laporte, G., Nickel, S. ve Saldanha da Gama, F. (2015). Introduction to location science. *Location Science* içinde (ss. 1-18). *Springer*.
- Mavi, R. K., Goh, M. ve ZARBakhshnia, N. (2017). Sustainable third-party reverse logistic provider selection with fuzzy SWARA and fuzzy MOORA in plastic industry. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 91, 2401-2418.
- Mei-Yu, K., Pei-Yu, D., Che-Kai, L., Meng-Yuan, S. ve Chien-Liang, L. (2013). Structural equation modeling combined with extension method for evaluating factors affecting location selection of proposed senior daycare facilities. *IEEE Xplore*, 234-241.
- Mucuk, İ. (2018). *Modern işletmecilik (21. Baskı)*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Nong, T. N. (2021). A hybrid model for distribution center location selection. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 38, 40-49.
- Pamucar, D. ve Ecer, F. (2020). Prioritizing the weights of the evaluation criteria under fuzziness: The fuzzy full consistency method – FUCOM-F. *Facta Universitatis Series Mechanical Engineering*, 18(3), 419-437.
- Pamucar, D., Ecer, F. ve Deveci, M. (2021). Assessment of alternative fuel vehicles for sustainable road transportation of United States using integrated fuzzy FUCOM and neutrosophic fuzzy MARCOS methodology. *Science of the Total Environment*, 788, 147763.
- Pamučar, D., Stević, Ž. ve Sremac, S. (2018). A new model for determining weight coefficients of criteria in MCDM models: Full consistency method (FUCOM). *Symmetry*, 10, 393.

- Pourrezaie-Khaligh, P., Bozorgi-Amiri, A., Yousefi-Babadi, A. ve Moon, I. (2022). Fix-and-optimize approach for a healthcare facility location/network design problem considering equity and accessibility: A case study. *Applied Mathematical Modelling*, 102, 243-267.
- Rahman, M. S., Ali, M. I., Hossain, U. ve Mondal, T. K. (2018). Facility location selection for plastic manufacturing industry in Bangladesh by using AHP method. *International Journal of Research in Industrial Engineering*, 7(3), 307-319.
- Rehman, O. ve Ali, Y. ve Sabir, M. (2022). Risk assessment and mitigation for electric power sectors: A developing country's perspective. *International Journal of Critical Infrastructure Protection*, 36, 100507.
- Sahebi, I., Arab, A. ve Toufighi, S. P. (2020). Analyzing the barriers of organizational transformation by using fuzzy SWARA. *Journal of Fuzzy Extension & Applications*, 1(2), 88-103.
- Seker, S. ve Aydin, N. (2020). Hydrogen production facility location selection for Black Sea using entropy based TOPSIS under IVPF environment. *International Journal of Hydrogen Energy*, 45(32), 15855-15868.
- Sennaroglu, B. ve Celebi, G. V. (2018). A military airport location selection by AHP integrated PROMETHEE and VIKOR methods. *Transportation Research Part D*, 59, 160-173.
- Simic, V., Karagoz, S., Deveci, M. ve Aydin, N. (2021). Picture fuzzy extension of the CODAS method for multi-criteria vehicle shredding facility location. *Expert Systems with Applications*, 175, 114644.
- Suman, N. H., Sarfaraj, N., Cyhon, F. A. ve Fahim, R. I. (2021). Facility location selection for the furniture industry of Bangladesh: Comparative AHP and FAHP analysis. *International Journal of Engineering Business Management*, 13, 1-15.
- Tang, C., Xu, D. ve Chen, N. (2021). Sustainability prioritization of sewage sludge to energy scenarios with hybrid-data consideration: a fuzzy decision-making framework based on full consistency method and fusion ranking model. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 5548-5565.
- Taşkent, M. C. ve Delice, E. K. (2021). Bulanık FUCOM metodu ile tedarikçi değerlendirme kriterlerinin ağırlıklarının belirlenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 28, 863-868.
- Torkayesh, A. E. ve Simic, V. (2022). Stratified hybrid decision model with constrained attributes: Recycling facility location for urban healthcare plastic waste. *Sustainable Cities and Society*, 77, 103543.
- Tripathi, A. K., Agrawal, S. ve Gupta, R. D. (2021). Comparison of GIS-based AHP and fuzzy AHP methods for hospital site selection: A case study for Prayagraj City, India. *GeoJournal*, 87, 3507-3528.
- Türk, A. ve Özkök, M. (2020). Shipyard location selection based on fuzzy AHP and TOPSIS. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 39, 4557-4576.

- Vesković, S., Stević, Ž., Nunić, Z., Milinković, S. ve Mladenović, D. (2021). A novel integrated large-scale group MCDM model under fuzzy environment for selection of reach stacker in a container terminal. *Applied Intelligence*, 52, 13543–13567.
- Wang, C., Huang, Huang, Y., Chai, Y. ve Nguyen, V. T. (2018). A multi-criteria decision making (MCDM) for renewable energy plants location selection in vietnam under a fuzzy environment. *Applied Sciences*, 8(11), 1-33.
- Xu, D., Ren, J., Dong, L. ve Yang, Y. (2020). Portfolio selection of renewable energy-powered desalination systems with sustainability perspective: A novel MADM-based framework under data uncertainties. *Journal of Cleaner Production*, 275, 124114.
- Xuan, H. A., Trinh, V. V., Kuaanan, T. ve Phoungthong, K. (2022). Use of hybrid MCDM methods for site location of solar-powered hydrogen production plants in Uzbekistan. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 52, 101979.
- Yaşlıoğlu, M. M. ve Önder, E. (2016). Solving facility location problem for a plastic goods manufacturing company in Turkey using AHP and TOPSIS methods. *Journal of Administrative Sciences*, 14(28), 223-249.
- Yeşilkaya, M. (2018). Çok ölçütlü karar verme yöntemleri ile kağıt fabrikası kuruluş yeri seçimi. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 33(4), 31-44.
- Yücenur, G. N., Çaylak, Ş., Gönül, G. ve Postalcioglu, M. (2019). An integrated solution with SWARA&COPRAS methods in renewable energy production: City selection for biogas facility. *Renewable Energy*, 145, 2587-2597.
- Zadeh, L. A. (1978). Fuzzy sets as a basis for a theory of possibility. *Fuzzy Sets and Systems*, 1(1), 3-28.
- Zadeh, M. A., Sadrania, A., Zibandeh, M. ve Rostami, P. (2013). Determining a suitable location for a sewage treatment plant using a new fuzzy weighted average (FWA) method based on left and right scores. *IEEE Xplore*, 1-6.

Geliş Tarihi:

06.02.2022

Kabul Tarihi:

30.11.2022


Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: KARAGÜL, Arman A. (2022).
Muhasebe Bilgi Sistemi Tasarımında REA
Muhasebe Modeli. *İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1537-1557.
doi: 10.46928/iticusbe.1069001

MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ TASARIMINDA REA MUHASEBE MODELİ

Teorik

Arman Aziz Karagül 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

aaziz@anadolu.edu.tr

Arman Aziz Karagül, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünde muhasebe profesörü olarak görev yapmakta ve muhasebe bilgi sistemi, finansal muhasebe, finansal analiz, TFRS/TMS ve maliyet muhasebesi alanlarında dersler vermekte ve çalışmalar yapmaktadır.

MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ TASARIMINDA REA MUHASEBE MODELİ

Arman Aziz Karagül
aaziz@anadolu.edu.tr

Özet

İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri ve faaliyetleri ile ilgili karar alabilmelerinin temelinde bilgi yer almaktadır. Bilgi, hazır olarak bulunan bir değer olmadığından ancak faaliyetlerin en küçük parçaları olarak da ifade edilebilecek verilerin sistematik olarak birbirleriyle ilişkilendirilebilmesiyle üretilebilmektedir. Bu da bilgi üreten sistemler olan bilgi sistemleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu olanaklarla işletmeler faaliyetleriyle ilgili birçok veri toplayabilmelerine karşın bu verileri karar alma amacına yönelik olarak bilgi üretim sürecine dahil edebilmeleri ancak ve ancak veri tabanlarının bu amaçlar doğrultusunda yapılandırılmış olmasıyla mümkün olacaktır. Veri tabanlarının yapılandırılmasında birçok model bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında finansal bilgi üreten muhasebe bilgi sisteminin veri tabanının tasarımında kullanılan modellerden birisi olan ve günümüz kurumsal kaynak planlaması sistemlerinin de veri tabanlarının yapılmasında önemli bir rol oynayan REA (resources – events - agents) muhasebe modeli incelenmiş, modele ilişkin teorik açıklama bir satın alma işlemi örneği yardımıyla açıklanmıştır.

Amaç: Çalışmanın amacı veri tabanlarının yapılandırılmasında kullanılan modellerden birisi olan ve özellikle muhasebe uygulamaları için geliştirilmiş olan REA muhasebe modelinin incelenmesi ve bir satın alma işlemi örneği yardımıyla modelin açıklanmasıdır.

Yöntem: Çalışmanın amacı doğrultusunda REA modeline ilişkin literatür incelenmiş ve modele ilişkin bir satın alma işlemi örneği geliştirilmiştir.

Bulgular: REA muhasebe modeli günümüz kurumsal kaynak planlaması sistemlerinin gelişimi açısından bir kilometre taşı olmuştur. Veri tabanında bulunan verilerin ne şekilde organize edileceği ve birbirleriyle nasıl ilişkilendirilebileceği konusu işletmelerin bilgi üretiminin temelini oluşturmaktadır. Bu yönüyle REA modeli işletme faaliyetlerine fonksiyonlar açısından değil faaliyetler açısından bakılması gerekliliğini ortaya koymuştur.

Özgünlük: Kurumsal kaynak planlaması sistemlerinin işletme faaliyetlerini yürütebilmesinin arka planında, faaliyetlere ilişkin verileri sistematik biçimde organize edilebilmesi yer almaktadır. Ancak finansal ve finansal olmayan verilerin doğaları gereği farklı özelliklere sahip olmaları birbirleriyle ilişkilendirilmelerinde sorunlar yaratmaktadır. REA modelinin bu sorunu çözüme kavuşturması noktasında bu çalışma konuyu Türkiye muhasebe alanyazınına taşıması açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Bilgi Sistemi, REA Muhasebe Modeli, Veri Tabanı

Jel Sınıflandırması: M40, M41

REA ACCOUNTING MODEL IN THE DESIGN OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS

Abstract

Information is the basis for businesses to continue their activities and make decisions about their activities. Since knowledge is not a readily available value, it can be produced by systematically processing data, which can also be expressed as the smallest parts of activities. This is done through information systems, which are systems that produce information. Although businesses can collect a lot of data about their activities with the opportunities brought by information and communication technologies, it will be possible for them to include this data in the information producing process for decision-making purposes only if the databases are structured for these purposes. There are many models in structuring databases. Within the scope of this study, the REA (resources-events-agents) accounting model, which is one of the models used in the design of the database of the accounting information system that produces financial information, and which plays an important role in the structuring of the databases of today's enterprise resource planning systems, has been examined, and theoretical explanations are explained by an example.

Purpose: The purpose of the study is examining the REA accounting model, which is one of the models used in the structuring of databases and especially developed for accounting applications, and explaining the model with the help of a purchasing transaction example.

Method: In line with the purpose of the study, the literature on the REA model has been reviewed and a purchase transaction example has been developed for the model.

Findings: The REA accounting model has been a milestone in the development of today's enterprise resource planning systems. How the data in the database will be organized and how they can be associated with each other is the basis of the information producing of the enterprises. In this respect, the REA model has revealed the necessity of examining the business activities in terms of activities, not functions.

Originality: The ability of enterprise resource planning systems to carry out business activities lies in the systematic organization of data related to activities. However, the fact that financial and non-financial data have different attributes due to their nature creates problems in associating them with each other. At the point of the REA model solving this problem, this study is important in terms of bringing the subject to the Turkish accounting literature.

Keywords: Accounting Information Systems, REA Accounting Model, Database

JEL Classification: M40, M41

GİRİŞ

Muhasebe bilgi sisteminin günümüz dinamik iş ortamında bilgi kullanıcılarının ihtiyaç duyduğu bilgileri sağlayabilmesi, bilgi sistemlerinin temel girdilerini oluşturan verilerin işletme faaliyetleri sırasında toplanmasıyla ve veriler arası ilişkilerin doğru kurulabilmesiyle sağlanabilmektedir. 1990'lı yıllara kadar neredeyse geleneksel yöntemlerle yürütülen muhasebe süreci, bilgi teknolojilerinin sağlamış olduğu olanaklarla diğer tüm işletme faaliyetlerinde olduğu gibi bilgisayar ortamına taşınmış; böylelikle birim zamanda çok daha fazla sayıda işlem ve dolayısıyla da çok daha fazla sayıda veriyle muhatap olunması söz konusu olmuştur. Faaliyetlerle ilgili olarak elde edilen büyük yığınlardaki bu verilerin karar alma sürecine dahil edilebilmesi, veri tabanlarında yer alan bu veriler arasındaki ilişkilerin doğru bir biçimde modellenmesiyle mümkün olmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin faaliyetler ve veri tabanları üzerinde yaratmış olduğu bu değişim ve dönüşüm sonucunda muhasebe işlemlerinin, tedarikçilerle ve müşterilerle olan borç-alacak ilişkilerinin, dolayısıyla da muhasebenin tahakkuk esasının da veri tabanlarında modellenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Çünkü veri tabanlarında yer alacak olan verilerin muhasebe bilgi sistemi tarafından da kullanılabilir olması, veriler arasındaki ilişkilerin muhasebenin teorik esasları çerçevesinde modellenmesi ile mümkün olacaktır. Veri tabanında yer alan verilerin tüm faaliyetlerce ortak olarak kullanılabilmesi ancak bu şekilde geçerlilik kazanacaktır. Aksi bir durum veri tabanı kullanıyor olmanın sağladığı veri tekrarlarının, veri tutarsızlıklarının önlenmesi ve giderilmesi gibi avantajların ortadan kalkmasına sebep olacaktır.

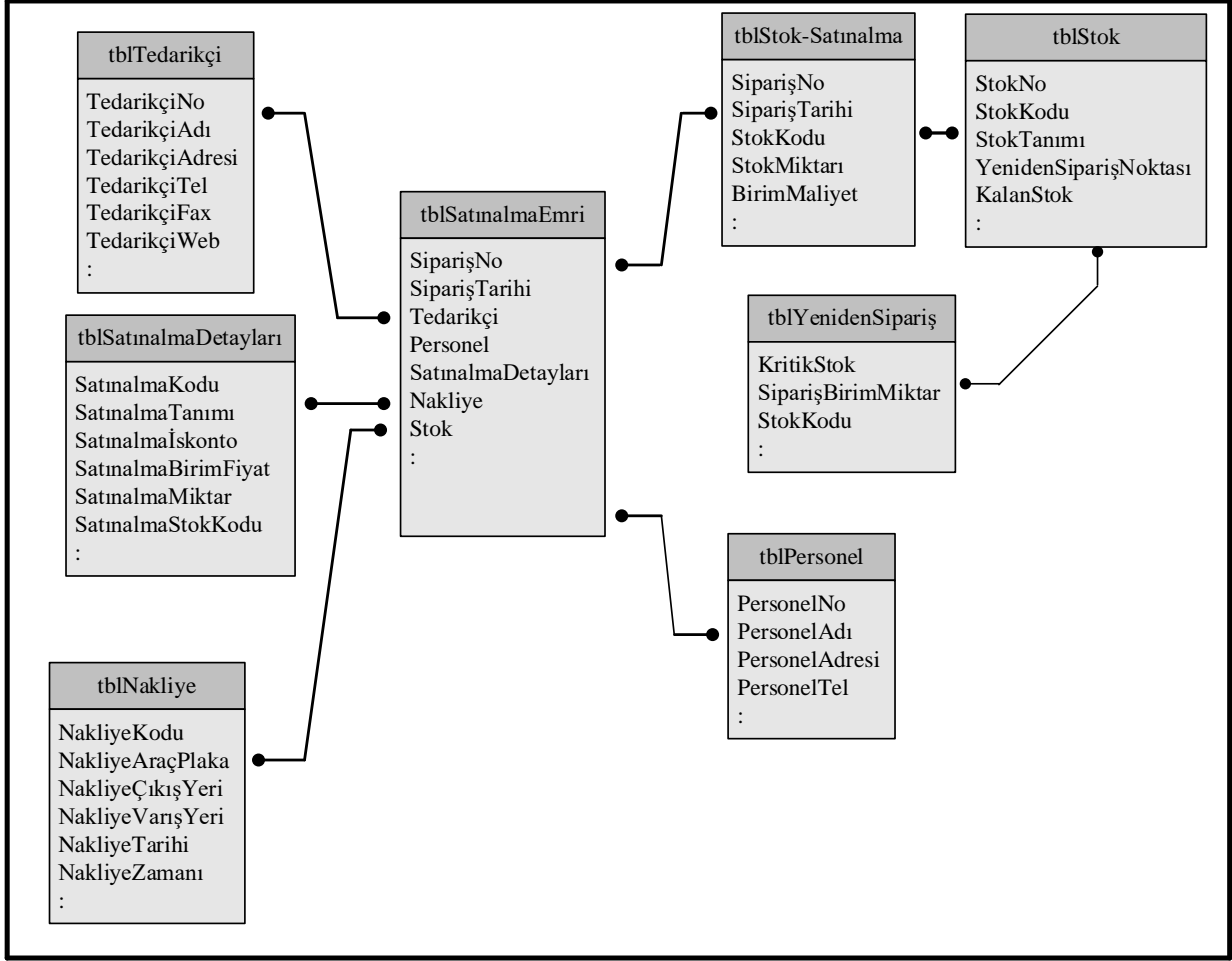
MUHASEBE BİLGİ SİSTEMİ

Yönetim bilgi sisteminin bir alt sistemi olan muhasebe bilgi sistemi, işletmeyle ilgili finansal bilgileri üreten ve bu bilgileri finansal tablolar ve finansal raporlar biçiminde ilgili kullanıcılara ileten bir bilgi sistemidir. Muhasebe bilgi sisteminin bu amacına ulaşabilmesi ancak faaliyetlerle ilgili olarak toplanmış verilerin elde edilmek istenilen çıktılarının oluşturulabilmesine olanak sağlayacak şekilde işlenmesiyle mümkün olacaktır.

Bilgi teknolojilerinin işletmelerde ilk kullanım alanları 1950'li ve 1960'lı yıllara dek uzanmaktadır. Bu dönemlerde ücret bordrolarının hesaplanması, müşteri ve tedarikçi hesaplarının izlenmesi gibi rutin muhasebe faaliyetleri bilgi teknolojileri aracılığıyla yürütülmekteydi. Zaman alıcı bu faaliyetlerin bilgisayarlar aracılığıyla hem daha kısa sürede hem de güvenilir bir şekilde yapılmaya başlanması işletmelerin bilgi teknolojileri yatırımlarında da artışa yol açmıştır (Sürmeli vd., 2007:48-49). Bilgi teknolojilerinin temel muhasebe faaliyetlerinde sağlamış olduğu bu faydaların stokların izlenmesi, maliyet raporlarının oluşturulması gibi muhasebenin nispeten daha karmaşık faaliyetlerine ve özellikle de üretim faaliyetleri ve verimlilik ölçümü gibi faaliyetlere genişletilmesi bilgi teknolojilerine olan yatkınlığın daha da artmasına sebep olmuştur (Sürmeli vd., 2007:49). Böylelikle “bilgi teknolojileri”

kavramı yerini “amaca yönelik olarak çalışan yapı” kavramına; diğer bir deyişle “sistem” kavramına bırakmış ve bilgi üreten sistemler işletmelerin temel yatırım alanları kapsamına girmiştir. Bilgi kullanıcılarının faaliyetlere ilişkin bilgi talepleri o faaliyetlerle ilgili bilginin üretilmesi gerekliliğini beraberinde getirmiştir. Birbirine benzer olan faaliyetler bir çatı altına toplanarak o faaliyete ilişkin bilgi sistemi oluşturulmaya başlanmıştır. Muhasebe bilgi sistemi için de benzer bir gelişim süreci söz konusu olmuştur. Bordro, alacak- borç takibi olarak başlayan süreç ilerleyen zamanlarda satışlara, satın almaya, insan kaynaklarına, üretim ve maliyetlere, duran varlıklara ve raporlamaya ilişkin faaliyetleri de kapsayacak şekilde genişlemiş ve günümüz muhasebe bilgi sistemi yapısı ortaya çıkmıştır. İşletmenin gerçekleştirmiş olduğu neredeyse tüm faaliyetlerin finansal niteliği bulunduğundan bu faaliyetlerle ilgili oluşan verilerin ilgili faaliyetlerden toplanması ve işlenmesi gerekmektedir. Bu yönüyle muhasebe bilgi sistemi diğer işletme bilgi sistemlerinin çıktılarının toplandığı bir buluşma noktası görevi de üstlenmiştir. Tüm faaliyetlerden elde edilen verilerin nasıl saklanacağı, organize edileceği ve özellikle de bilgi üretimi amacıyla birbirleriyle nasıl ilişkilendirilmesi gerektiği sorununu zamanla işletmelerin gündemine getirmiştir.

Bilgisayarların gerek işlem kapasitelerinin gerekse de saklama kapasitelerinin gelişmesi veriler üzerinde daha kolaylıkla işlemlerin yapılabilmesine olanak sağlamıştır. Veri tabanlarının kullanımının yaygınlaşmasıyla işletmeler çok daha fazla veriyle çalışabilir konuma gelmiştir. Örneğin, geleneksel muhasebe uygulamaları kapsamında bir satın alma işlemiyle ilgili olarak sınırlı sayıda veri elde edilebilirken (işlemin tarafları, işlemin tarihi, tutarı, miktarı, stok bilgisi gibi) veri tabanları ve veri toplama teknolojilerinin de gelişmesiyle aynı işlemde çok daha fazla sayıda veri elde edebilir hale gelmiştir. Şekil 1, bir satın alma işlemine ilişkin veri tabanı yapılanmasını göstermektedir.



Şekil 1. Satın Alma İşlemine İlişkin Veri Tabanı Yapılanması

Kaynak: James T. PERRY ve Gary P. SCHNEIDER, *Using Access 2002 in Accounting*, s.115'ten uyarlanmıştır.

Finansal verilerin yanı sıra finansal olmayan verilerin de veri tabanına kaydedilmesiyle diğer faaliyetlere ilişkin de bilgilerin oluşturulabilmesi (örneğin, ne kadar sıklıkla satın alma yapıldığı, ortalama teslimat süreleri, hangi müşterilerin ne kadar sıklıkla sipariş verdiği, hangi personelin kaç liralık satış yaptığı, vb.) mümkün olmaktadır.

İşletmelerin farklı faaliyetlerine ilişkin toplanan bu verilerin hem finansal raporların hazırlanmasında hem de diğer faaliyetlere ilişkin kararların alınmasında ve raporların oluşturulmasında kullanılması sorunlar çıkarabilmekteydi. 1960'lı yıllarla birlikte gerek yönetimin geniş kapsamlı bilgi ihtiyaçları gerekse de bilgisayar destekli veri işleme faaliyetlerinin yaygınlaşması, verilerin saklanma yöntemlerinin de değişmesine ve hatta muhasebecilerin de bu geçiş sürecini geleneksel çift taraflı kayıt sisteminin temel yapıları üzerinde yeniden bir değerlendirme fırsatı olarak görmelerine yol açmıştır (McCarthy, 1982:554). Hatta bu muhasebecilerin içinde Amerikan Muhasebeciler Birliği'nin Yönetmelik Karar Modelleri ve Finansal Olmayan Etkinlik Ölçüleri araştırma komitesinden de muhasebecilerin olması

geleneksel modelin yeni gelişmeler karşısındaki bazı zayıf yönlerinin belirlenmesini kolaylaştırmıştır. Şöyle ki (McCarthy, 1982:554-555);

- Geleneksel yöntem sınırlı ölçümlere olanak sağlamaktadır. Çoğu ölçümün sonucu parasal olarak ifade edildiğinden üretkenlik, performans, güvenilirlik vb. diğer boyutlu verilerin kullanımını engellemektedir.
- Hesap planları gerçekleşen faaliyetlere ilişkin tüm verileri kullanıcılara sunamamaktadır. Mali nitelikli veriler dışındaki verileri kapsam dışı tutmaktadır. Bu durum da o faaliyete ilişkin verilerin sınıflandırılmaması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bir faaliyete ilişkin verilerin, o verilerden faydalanmak isteyenler tarafından tekrar sisteme girilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu da veri açıkları, veri tekrarları ve veri tutarsızlıkları oluşturabilmektedir.
- Veriler çok detaylı bir biçimde değil daha genel özellikleri itibariyle saklanmaktadır. Muhasebe verileri farklı karar alıcılar tarafından da farklı ihtiyaçları doğrultusunda kullanılacağından karar verme biçimleri, kişilik özellikleri ve kavramsal yapılarını da kapsayacak nitelikte, sayıda ve odakta olması gerekmektedir. Bu yüzden ekonomik olayları temsil eden verilerin bu öznel özellikler dahilinde detaylanması ve saklanması gerekmektedir.

Muhasebe bilgi sisteminin bir sistem olarak gelişmeye başladığı 1970’li yıllarda ayrı ayrı veri tabanlarında ve birbirinden bağımsız olarak saklanmış olan verilerin veri tabanlarının birleştirilip tek bir veri tabanı üzerinde saklanmasıyla anılan olumsuzlukları ortadan kaldırdığı ön görülmüş ancak muhasebe bilgi sisteminin verimli bir biçimde işleyebilmesi için veri tabanlarının da geleneksel yaklaşım yerine bütünleşik veri tabanı yaklaşımı ve bütünleşik veri tabanlarının yapılandırılmasında da “ilişkisel tabloları”ın kullanımı gündeme gelmiştir. Veri tabanlarında ve sistem yapısında ortaya çıkan bu büyük değişim akla şu soruyu getirebilir: Geleneksel muhasebedeki alacak-borç ilişkisinden, tahakkuk esasından, dönemsellik kavramından ve çift taraflı kayıt esasından bir vazgeçiş mi söz konusudur? Tabii ki böyle bir durum söz konusu değildir ancak gerçekleştirilen finansal nitelikli işlemlerden yalnızca sınırlı sayıda veri elde edilebilmesi işletmelerin karar alma faaliyetlerini kısıtladığından o işleme ait finansal ve finansal olmayan tüm verilerin veri tabanındaki tablolara kaydedilmesi ve bu tablolar arasında kurulan ilişkiler(bağlantılar) sayesinde -ki bu ilişkilerin kurulması sırasında doğal olarak çift taraflı kayıt esas, hesap planı atamaları, alacak-borç, vb.- işletmenin tüm faaliyetlerine ilişkin bilgilerin elde edilmesi mümkün olacaktır.

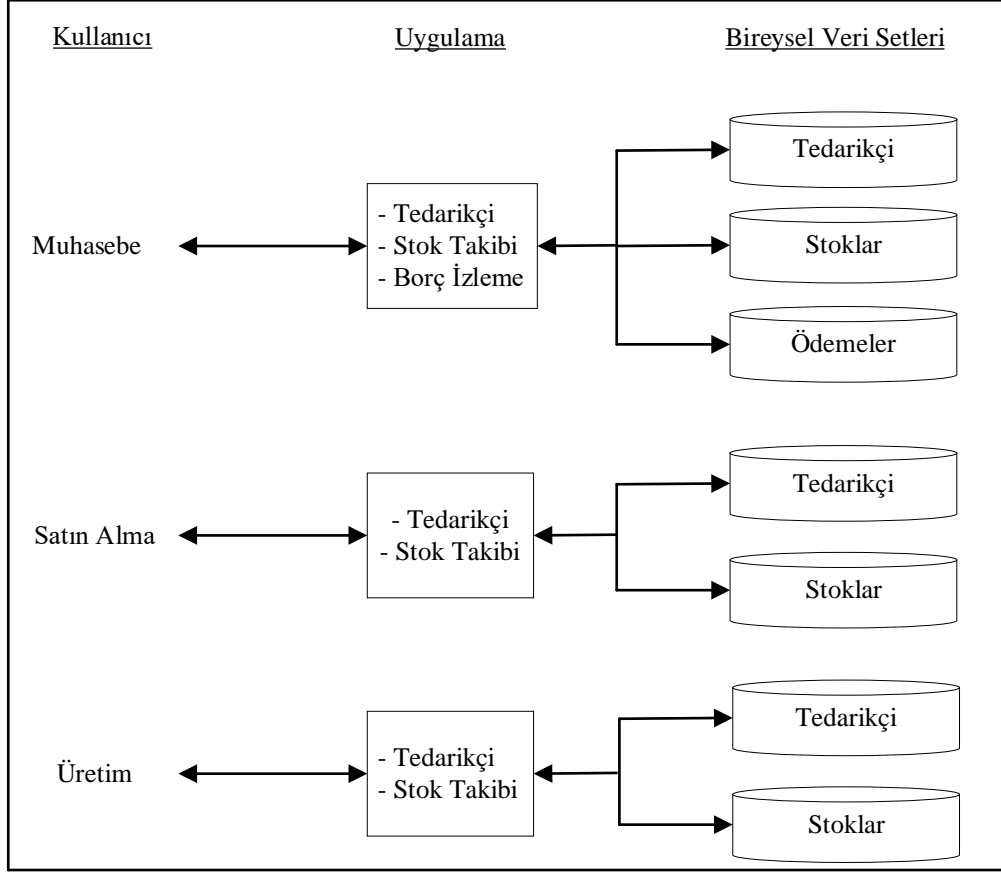
1982 yılında McCarthy muhasebe bilgisinin akışını veri tabanlarından başlayarak değişmesine neden olacak bir model geliştirmiştir (Nikitkov, 2020:567). Hatta McCarthy’nin bu modeli özelde muhasebe bilgi sistemi, genelde de işletme bilgi sistemlerinin işleyişi üzerinde o denli etkili olmuştur ki günümüz kurumsal kaynak planlaması sistemlerinin hızlı bir atılımla gelişimine sebep olmuştur (Mayrhofer, 2013:1). McCarthy, Chen’in 1976 yılında geliştirdiği birim-ilişkiler modelinden hareketle veri

tabanlarında muhasebe bilgi akışını kaynaklar-olaylar-araflar boyutları ve bunlar arasındaki ilişkileri kullanarak yeniden modellemiştir (Nikitkov, 2020:567).

REA MUHASEBE MODELİ

Resources (kaynaklar) – Events (olaylar) – Agents (araflar) kavramlarının baş harflerinin bir araya getirilmesiyle adlandırılan bu model veri tabanı “tabloları”nda yer alan verilerin birbirleriyle ilişkilendirilmesi esasına dayanmaktadır.

REA muhasebe modelinin işleyiş esasının daha kolay anlaşılabilmesi için veri tabanlarının gelişim süreçlerinin incelenmesinde fayda bulunmaktadır. Elle işleyen sistemler, bilgisayarların kapasitelerinin artmasıyla birlikte yavaş yavaş yerini bilgisayarlı sistemlere bırakmaya başlamıştır. Veri tabanlarında verilerin saklanması ve organize edilmesi sorunu düz-dosya veri tabanı yapısına geçilerek çözülmeye çalışılmıştır. Düz dosya veri tabanlarının yapısında veri dosyaları diğer dosyalarla ilişki içinde değildir (Hall, 1998:2). Ayrık veri tabanı olarak da adlandırılan bu yapıda, gerçekleşen işleme ilişkin veriye/verilere ihtiyaç duyan kullanıcılar o verilerin elde edildiği işlemleri kendi veri tabanlarına yeniden işlemek durumundadırlar. Örneğin, bir satın alma işlemi farklı kullanıcılar açısından değerlendirildiğinde, muhasebe fonksiyonu tedarikçi bilgileri, stok bilgileri ve ödeme bilgilerini kullanarak stokların güncellenmesi, ticari borçların ve ödemelerin izlenmesi ve finansal tabloların oluşturulması faaliyetlerini yürütürken üretim fonksiyonu ise tedarikçi ve stok bilgilerinden hareketle üretim sürecinin başlatılması, stok kullanımları, stok iadeleri, fireler gibi faaliyetleri takip edecektir. Satın alma fonksiyonu da yine tedarikçi ve stok verilerinden hareketle alternatif ve/veya ek tedarikçi ve stokların belirlenmesi, satın alma işleminin takibi gibi faaliyetleri yürütecektir. Dolayısıyla bu fonksiyonların her biri üstlendikleri faaliyetleri yürütebilmek için satın alma işleminden elde edilen verileri kendi veri tabanlarına işlemek durumundadırlar. Şekil 2, bir satın alma işlemi düz dosya modeli kapsamında göstermektedir.

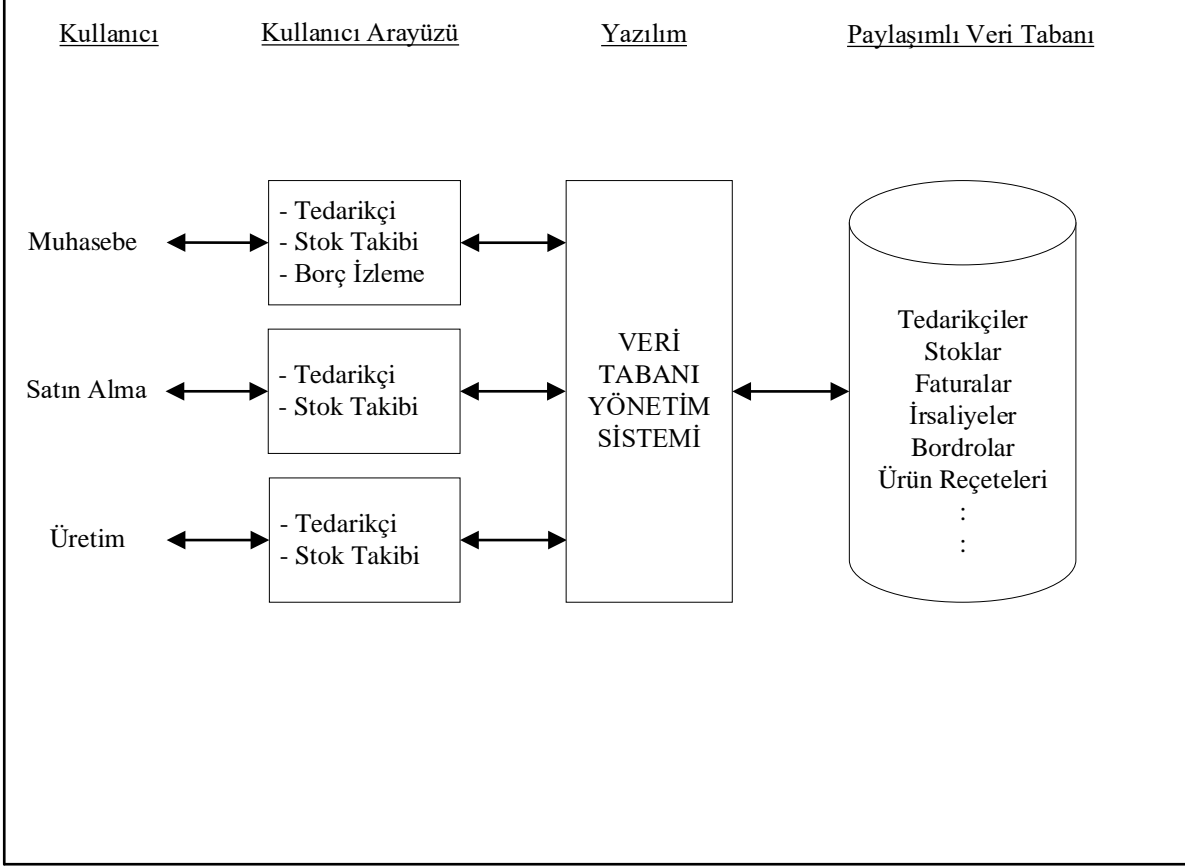


Şekil 2. Düz Dosya Modeli

Kaynak: James A. Hall, (1998). REA: An evolutionary perspective. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 2(3), s.3'ten uyarlanmıştır.

Şekilden de izlenebileceği üzere bir satın alma işleminde oluşan verilere ihtiyaç duyan farklı kullanıcılar, o verilerden faydalanabilmek için kendi veri tabanlarına o verileri tekrar işlemek durumundadırlar. Bu durumda da veri tekrarlarının, veri tabanları arasında veri tutarsızlıklarının oluşması doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Hatta verilerin güncellenmesi gerektiğinde (örneğin, stok kod numarasının değiştirilmesi, tedarikçi adresinin değişimi vb.) tüm veri tabanlarında güncelleme işleminin uygulanması gerekecektir. Bu durum da beraberinde ayrı bir iş yükü, zaman kaybı, veri tutarsızlıkları ve maliyet gibi olumsuzlukları beraberinde getirecektir.

Düz dosya veri tabanının bu olumsuzluklarının giderilmesi ancak merkezi veri tabanının teknolojisinin gelişmesi ve uygulanabilmesiyle mümkün olmuştur. Bütünleşik bilgi sistemi veya veri tabanı yaklaşımı olarak da ifade edilen bu yaklaşımda, gerçekleşen bir işleme ilişkin veriler sisteme yalnızca bir kez, o da işlem gerçekleştiğinde girilmekte ve o veriye ihtiyaç duyan kullanıcılar veri tabanına bağlanarak verilere erişim sağlamak ve üzerinde işlem yapabilmektedirler. Şekil 3, bütünleşik veri tabanı modelini göstermektedir.



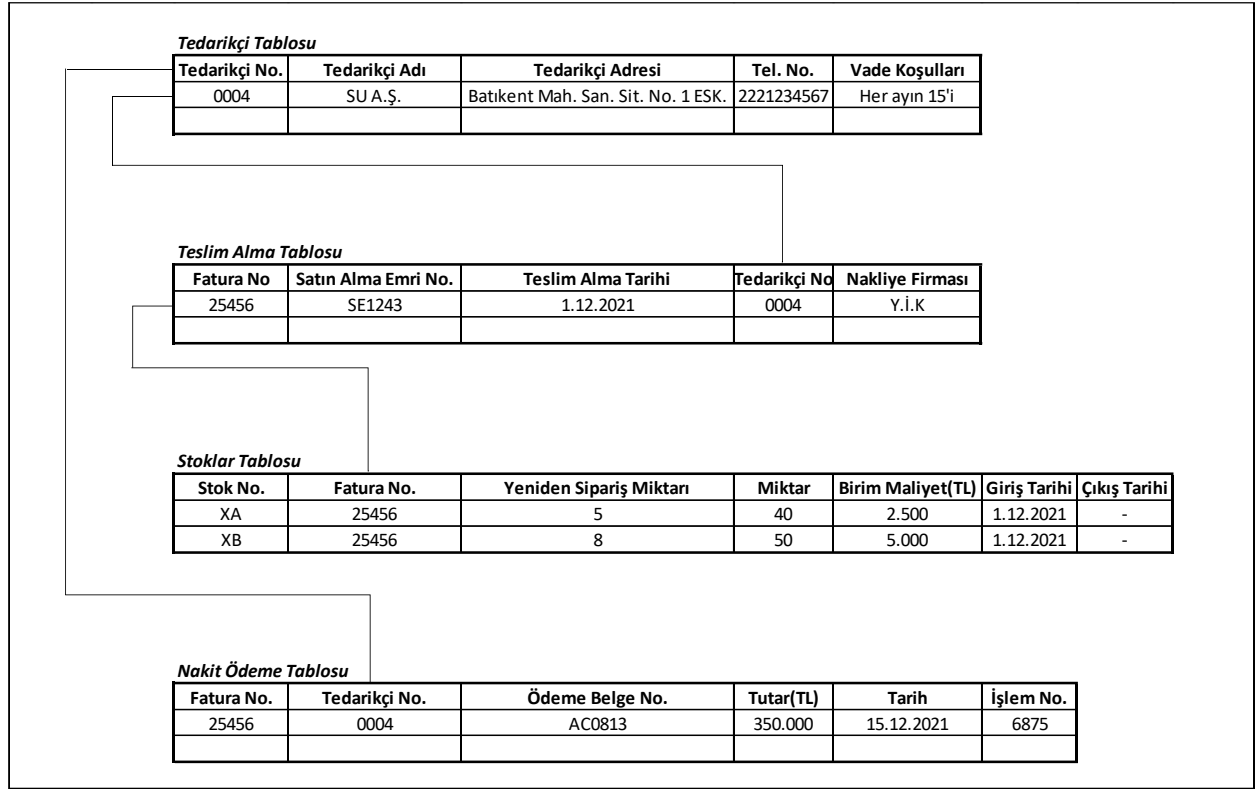
Şekil 3. Bütünleşik Veri Tabanı

Kaynak: James A. Hall, (1998). REA: An evolutionary perspective. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 2(3), s.5'ten uyarlanmıştır.

Veri tabanı yaklaşımında veriler muhasebenin geleneksel yöntemi olan çift taraflı kayıt sistemi, defterler ve tahakkuk esaslı çerçevesinde yer almamaktadır (Hall, 1998:5). Ancak muhasebenin esasını teşkil eden, muhasebe sürecinin işlerliğini sağlayan ve finansal tabloların ve raporların oluşturulabilmesi için gerekli olan çift taraflı kayıt, muhasebe defterleri ve tahakkuk esaslı veri tablolarının birbirleriyle ilişkilendirilmesi sonucunda oluşturulmaktadır. Tablolar ve aralarındaki ilişkiler bir örnek yardımıyla şöyle açıklanabilir;

1 Aralık 2021: DERİN İşletmesi, SU İşletmesi'nden "XA" kodlu maldan 100.000 liraya 40 adet ve "XB" kodlu maldan da 250.000 liraya 50 adet satın almıştır. Malların bedeli 15 Aralık 2021 tarihinde ödenecektir.

15 Aralık 2021: DERİN İşletmesi, SU İşletmesi'ne olan 350.000 liralık borcunu nakit olarak ödemiştir.



Şekil 4. Satın Alma İşleminde Temel Veri Tabanı Tabloları

Kaynak: Hall, J. A. (1998). REA: An evolutionary perspective. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 2(3), sayfa 6'dan uyarlanmıştır.

Şekil 4'te yer alan veri tabanı tablolarından da takip edilebileceği üzere satın alınan mallar “Stoklar” ve “Teslim Alma” tablolarına kaydedilmektedir. Satın alma bedeli olan 350.000 lira “Nakit Ödemeler” tablosuna ödeme tarihine kadar kaydedilmediği ve hatta ödeme gününe kadar başka işlemler için yapılan ödemeler 1 Aralık tarihli işlemle ilişkilendirilmediği için yapılacak olan borç sorgulamasında SU İşletmesi'ne 350.000 liralık “borç” bilgisi oluşturulacaktır. 15 Aralık tarihinde SU İşletmesi'ne ödeme gerçekleştirildiğinde ise “Nakit Ödemeler” tablosundaki ödeme kaydı ile 1 Aralık tarihli işlem ilişkilendirileceği için işlem kapatılmış olacak ve borç bilgisi de ortadan kalkmış olacaktır.

Örnekte yer alan veri tabanı yapılanmasına ek olarak McCarthy'nin geliştirmiş olduğu REA modeli, muhasebenin çift taraflı kayıt esasını da içinde barındırması açısından daha da önem kazanmaktadır. Diğer açık bir ifadeyle REA muhasebe modeli, veri modelleme teknikleri ve alt yapısını kullanarak ekonomik kaynaklar, olaylar, taraflar ve bu kümeler arasındaki ilişkileri yapılandırmak üzere geliştirilmiş bir modeldir (Schwaiger, 2016:41). REA modelinin ekonomik merkezinde “çift taraflılık” ilkesi yer almaktadır. Çift taraflılık ilişkisi, satıcı ve alıcı arasındaki değişim işlemlerinde kıt kaynakların ödenmesi gerekli bir fiyatının olduğunu ifade etmektedir (Schwaiger, 2016:41). Dar kapsamlı olarak verilen bu açıklama aslında modeli geliştiren McCarthy tarafından ekonomik işlemlerin her zaman iki tarafının

olduğunu; bir tarafın artış ya da azalış gösteren kaynaklarına karşılık diğer tarafın da kaynaklarında artış ya da azalış olacağı şeklinde tanımlanmaktadır (McCarthy, 1982:562). Aslında bu modelin geliştirilme amacının yönetimin karar alma ihtiyacına yönelik bilgi açığını gidermek olduğu düşünüldüğünde geleneksel muhasebe sistemlerinden farklı olarak finansal olmayan verilerin de merkezi veri tabanına kaydedilerek saklanmasına ve böylelikle karar alma faaliyetine finansal olmayan verilerin de dahil edilmesine imkân tanıdığını da ifade etmek yerinde olacaktır (Hall, 2011:460)

REA MODELİNİN UNSURLARI

REA modelinin temelinde modelin üç unsuru (kaynaklar, olaylar, taraflar) arasında gerçekleşen değişim (satış, edinim, vb.) ve/veya dönüşüm (üretim) süreçlerinin tekrarlı ilişkileri bulunmaktadır (Poels vd., 2007:64). Bu unsurları ve aralarındaki ilişkileri kısaca açıklamak gerekirse;

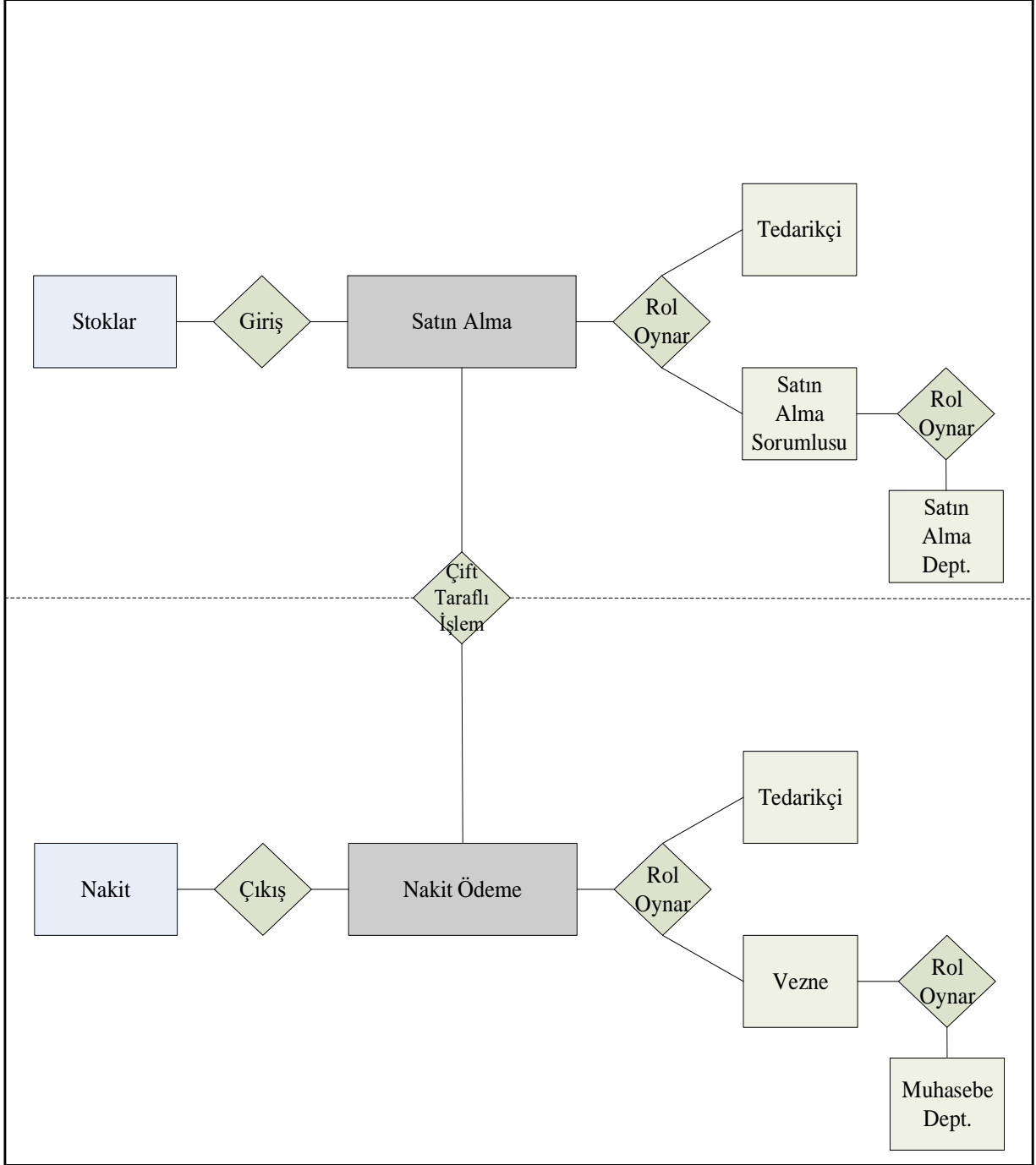
Kaynaklar: Bir işletmenin kontrolü altındaki değerlerdir. Diğer bir ifadeyle “kaynaklar” kümesi muhasebedeki “varlık” kavramını karşılamaktadır. Ancak veri tabanı yapılanmasından dolayı “alacakları” kapsamamaktadır (McCarthy, 1982:562). Ekonomik olaylardaki eşitsizlikler alacak-borç ilişkisinin ve gelecek aylara ait gelirler/giderlerin doğmasına yol açmaktadır (McCarthy, 1982:568).

Olaylar: REA modelinde “olaylar” işletmenin yapmış olduğu tüm faaliyetleri ifade etmektedir. Bu faaliyetlerden finansal nitelikli olanlar yani “kaynaklar”daki değişimi (artış/azalış) ortaya çıkaran işlemlerdir “ekonomik olaylar” olarak ifade edilmektedir. Mal satışları, tahsilatlar, hammadde satın alışı gibi bir işletmenin finansal nitelikli işlemleri “ekonomik olayları” oluşturmaktadır. Kaynaklar üzerinde doğrudan bir etkisi olmayan ancak ekonomik olaylarla ilişkili kontrol, planlama ve yönetsel faaliyetleri içeren olaylar ise “destekleyici olaylar” olarak tanımlanmaktadır. Örneğin, müşteri kredibilitesinin incelenmesi, stok kontrolü gibi faaliyetler destekleyici olayların kapsamında yer almaktadır. Ekonomik olaylar muhasebe bilgi sisteminin esas verilerinin kaynağı olduğundan zengin bir veri tabanı oluşturabilmek için verilerin en detaylı biçimde toplanmasını ve kaydedilmesini gerekmektedir (Hall, 2011:461).

Taraflar: REA modelinde taraflar, olaylara katılan veya astlarının katılımından sorumlu olan kişi veya birimlerdir. Daha açık bir tanımla, kaynakları kullanma ya da elden çıkarma konusunda takdir yetkisine sahip olan taraflardır (McCarthy, 1982:563). Her bir olay en az bir iç ve/veya dış tarafla bağlantılı olmak durumundadır. Örneğin, bir satış işleminde iç taraf işletmenin pazarlama departmanı ya da personeli olabilirken dış taraf ise müşteridir. Benzer şekilde yarı mamullerin üretiminin tamamlanıp nihai mamul ambarına aktarılması işleminde üretimden sorumlu taraf iç tarafı oluştururken teslim alan taraf (örneğin, teslim alma memuru) dış tarafı oluşturmaktadır (Hall, 2011:461).

Çift Taraflılık (Duality): REA modelinde her bir olay bir değişime dayanmaktadır. Bir olayda yer alan taraflar arasında kaynakların değişimi “verme/alma” olayları ile tanımlanmaktadır.

Şekil 5, bir satın alma işlemini genel hatlarıyla bir REA modeli şemasında göstermektedir.



Şekil 5. Satın Alma İşleminde REA Modeli

Kaynak: William E. McCARTHY, "The REA Accounting Model; A Generalized Framework For Accounting Systems in a Shared Data Environment", *The Accounting Review*, Vol. LVII, No.3, Temmuz 1982, s. 566

Şekil 5'in sol tarafında finansal işleme konu olan kaynaklar (stoklar ve nakit) gösterilmektedir. Şeklin orta kısmında ekonomik olayın neler olduğu (satın alma ve ödeme), sağ kısımda ise ekonomik olayda rol alan taraflar (tedarikçi, satın alma departmanı ve vezne) gösterilmektedir. Şekilde ekonomik olaylar

“ödeme” ilişkisi ile birbirleriyle ilişkilendirilmiştir. Buradaki çift taraflılık ilişkisi doğrultusunda satın alma faaliyeti kaynaklarda artış yaratırken nakit ödeme faaliyeti ise kaynaklarda azalış yaratan olayı ifade etmektedir. Eğer işletme satın alma işlemini peşin ödeme şeklinde değil de kredili olarak yapmış olsaydı REA şeması nasıl oluşacaktı? REA modeli veri tabanı tabloları arasındaki ilişkiler doğrultusunda bilgi ürettiğinden REA şemaları bir finansal işlemi olması gerektiği haliyle göstermekte (sonuçta bir satın alma işlemi ödeme ile tamamlanacaktır), tablolar arasındaki ilişki ve kontroller neticesinde muhasebenin tahakkuk esaslı devreye girmektedir. Satın alma işlemi gerçekleşmiş ancak veri tabanında ödeme tablosu kontrol edildiğinde bu satın alma işlemine ilişkin ödeme gerçekleşmemiş görünüyorsa o zaman model ilgili tedarikçiye olan borç bilgisini oluşturacaktır. Tabii ki bir satın alma işleminin kapsamı çok daha geniştir. Ancak anlatımı basit tutabilmek adına satın alma işlemleri kapsamında yer alan destekleyici olaylara şekilde yer verilmemiş, sadece ekonomik olayların gösterimiyle yetinilmiştir. REA modelinin daha kapsamlı bir görünümü ilerleyen kısımdaki örnek çerçevesinde ele alınacaktır.

REA MODELİNİN GELİŞTİRİLMESİ

Çalışmanın bu bölümünde bir örnek işlem doğrultusunda REA modeli ve veri tabanı yapılanmasının nasıl oluşturulacağı açıklanmıştır. Bu amaçla, örneği mümkün olduğunca basit tutabilmek amacıyla bütün bir muhasebe bilgi sistemi uygulaması yerine muhasebe bilgi sisteminin alt sistemlerinden birisi olan harcama sistemine ilişkin bir örnek geliştirilmiştir.

“KAYA A.Ş. farklı kullanım amaçlarına yönelik olarak temizlik ürünleri üreten bir işletmedir. İşletmede üretim, Üretim Planlama Müdürlüğü'nün haftalık olarak yayınladığı üretim planı çerçevesinde yürütülmektedir. Ürün reçeteleri ve üretim hacmi doğrultusunda üretim için gerekli ilk madde ve malzeme miktarı belirlenmekte; stoklarda yeterli ilk madde ve malzeme bulunmaması veya rutin kontroller sırasında kritik stok miktarının belirlenmesi durumunda Üretim Direktörlüğü Satın Alma Müdürlüğüne gerekli stokların satın alınmasına dair bir talep göndermektedir. Satın alma müdürlüğü ilgili tedarikçilerle irtibata geçip tedarikçi işletmelere satın alma siparişini göndermektedir. Tedarikçilerden gelen ilk madde ve malzemeler Üretim direktörlüğü tarafından ölçüm, sayım ve nitelik kontrollerine tabi tutulmakta ve kontrolleri geçen malzemeler satın alma müdürlüğüne bağlı teslim alma memuru tarafından teslim alınmakta ve hammadde ambarına yerleştirilmektedir. Kaya A.Ş., satın almış olduğu malzemelere ilişkin ödemelerin 1/3'ünü siparişi verdiğinde, 1/3'ünü malları teslim aldığı anda yapmakta ve kalan kısmını ise satın alma tarihinden 2 ay sonra ödemektedir.

Kaya A.Ş., 10.10.2021 tarihinde Likit A.Ş.'nden 360.000 liraya 30 ton Sodyum Hipoklorit ve Tempak A.Ş.'nden de 240.000.- liraya 5 ton Sodyum Hidroksit siparişi vererek satın almıştır. Bu işlemlere ilişkin olarak Likit A.Ş.'ne 120.000.- lira, Tempak A.Ş.'ne de 80.000.- lira ödeme siparişe birlikte yapılmıştır.

Siparişi verilen mallar 13.10.2021 tarihinde teslim alınmış ve Likit A.Ş. ile Tempak A.Ş.'ne fatura bedellerinin 1/3'lük kısmı daha ödenmiştir. Fatura bedellerinin kalan kısmı 10.12.2021 tarihinde ödenecektir.”

Çözüm

1.Olayların Belirlenmesi

REA modelinin oluşturulmasında ilk adım modelde yer alan olayların neler olduğunun belirlenmesidir. Örnek işletmenin satın alma işlemleri ilk madde malzeme stoklarının kontrolü ve ardından satın alma müdürlüğünden gönderilen satın alma talebi ile başlamaktadır. Satın alma müdürlüğünün satın alma talebini tedarikçilere göndermesi, malzemelerin kontrolü, teslim alınması, stoklara kaydedilmesi ve ödeme işlemleri örnekteki diğer olayları oluşturmaktadır.

2. Kaynakların Belirlenmesi

Modelin oluşturulmasında ikinci adım olaylara konu olan kaynakların belirlenmesidir. Hatırlanacağı üzere her bir olayla ilişkilendirilen kaynaklar muhasebenin çift taraflılık esası gereğince ya artış ya da azalış göstermekteydi. Malzemelerin teslim alınması ve nakit ödeme artış ve azalış gösteren kaynaklar olarak modelde yer alacaktır. Örnekte satın alma tarihinde fatura bedelinin bir kısmının peşin olarak ödendiği, kalan kısmın ise sonraki bir tarihte ödeneceği belirtilmekteydi. REA modelinin gösterim ilkeleri açısından bu durum model şemasına yansıtılmayıp veri tabanı tabloları üzerinde gösterilecektir.

3. Tarafların Belirlenmesi

REA modelinde her bir olayın iç ve/veya dış olmak üzere en az iki tarafla ilişkili olması gerekmektedir. Stok kontrolü yapan ve satın alma talebini hazırlayan Üretim Direktörlüğü, tedarikçilere satın alma emrini gönderen Satın Alma Müdürlüğü, stok kontrolünü yapan Üretim Direktörlüğü, malzemeleri teslim alan Ambar Müdürlüğü ve ödemeyi gerçekleştiren Muhasebe Departmanı örnek satın alma işleminde rol oynayan taraflardır.

4. İlişkiler ve İlişki Sayılarının (Cardinality) Belirlenmesi

REA modelinde olaylar arası bağlantılar ilişkilerle ifade edilmektedir. Diğer bir ifadeyle hangi olayın hangi olayla bağlantılı olduğu belirtilmektedir. Ancak sadece olaylar arası bağlantıların kurulmuş olması sistemin işlerliği açısından yeterli değildir. Bu olaylar arasında nasıl bir ilişkinin bulunduğu da belirlenmiş olması gerekmektedir. Böylelikle veri tabanı tabloları arasındaki ilişkilerin nasıl olması gerektiği belirlenmiş olmaktadır. Olaylar arası ilişkilerin olası en büyük ve en küçük sayısı “ilişki sayısı” kavramı ile belirtilmekte ve farklı kombinasyonlarla oluşturulabilmektedir. Sistemin işleyişini temelden

etkileyen ilişki sayıları, bir bilgi sisteminin tasarlanması aşamasında en kritik noktalardan birisini oluşturmaktadır. Olaylar arası ilişki sayıları;

- (1-1) ilişkisi
- (1-N) ilişkisi
- (N-N) ilişkisi ve
- (0-N) ilişkisi şeklinde kurulmaktadır.

(1-1) İlişkisi

(1-1) ilişkisi, her bir olay kümesindeki 1 olayın diğer kümede en fazla 1 olayla ilişkilendirilebileceğini belirtmektedir. Örneğin, satın alma olayı bir küme ve nakit ödemeler de diğer olay kümesi olarak düşünüldüğünde her bir satın alma işlemine ilişkin yalnızca 1 ödeme yapılabileceği; bu da taksitli satın alma (vadeli satın alma değil çünkü vade sonunda tek bir ödeme de yapılabilir) işleminin sisteme tanımlanmadığı anlamına gelmektedir. Daha açık bir ifadeyle 1-1 ilişkisi çerçevesinde işletmenin satın alma faaliyetlerini yalnızca peşin satın alma şeklinde gerçekleştirebilecektir.

(1-N) İlişkisi

(1-N) ilişkisi, bir olay kümesindeki 1 olayın diğer kümede birden fazla olayla ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. İncelenen örnekte yer alan satın alma ve nakit ödemeler kümeleri açısından değerlendirildiğinde her bir satın alma olayının birden fazla nakit ödeme olayı ile ilişkilendirilebileceği yani işletmenin taksitli satın alma işlemine olanak sağlayan bir ilişki kurduğunu belirtmektedir. İlişkinin (N-1) şeklinde tanımlanması durumunda ise yapılan birden fazla satın alma işlemi için tek bir ödemenin yapılabileceği sisteme tanımlanmış olmaktadır. Örneğin, ay içinde yapılan satın alma işlemlerinin ödemesinin ay sonunda ve tek seferde yapılıyor olması durumu (N-1) yönlü ilişkiyle tanımlanabilir.

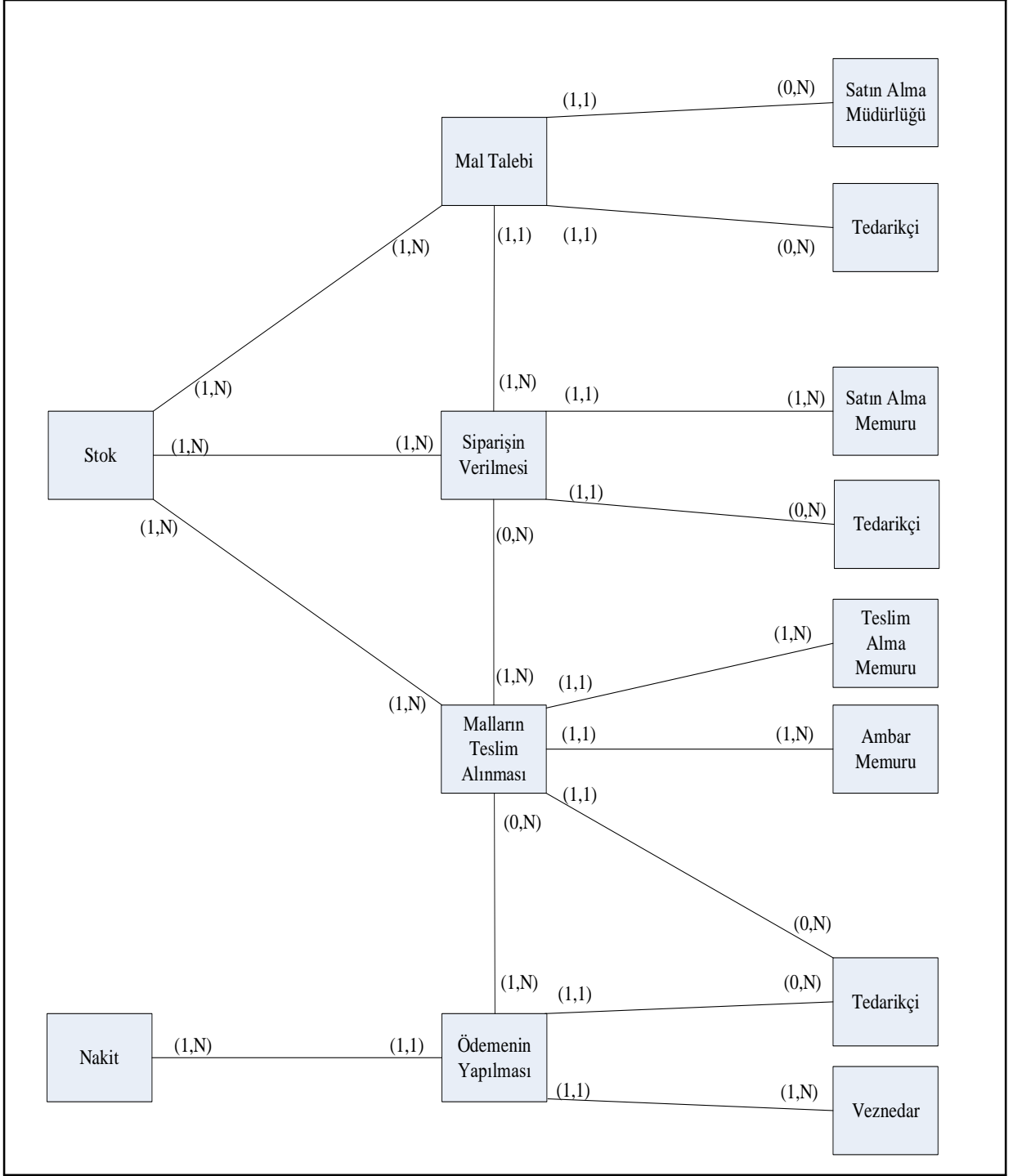
(N-N) İlişkisi

(N-N) ilişkisi, bir kümedeki birden çok olayın diğer kümedeki birden çok olayla ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Örneğin, birden çok satın alma işleminin birden çok ödeme işlemiyle ilişkilendirilebilmesi (N-N) ilişkisi ile mümkün olacaktır.

(0-N) İlişkisi

(0-N) ilişkisi, bir kümeye diğer kümedeki olaylardan bağımsız olarak ilaveler yapılabileceğini tanımlamaktadır. Örneğin, tedarikçi ve mal talebi kümeleri arasında kurulacak olan (0-N) ilişkisi herhangi bir mal talebi vermeksizin tedarikçi kümesine yeni tedarikçilerin eklenebileceğini göstermektedir.

Örnek işletmenin satın alma işlemine ilişkin olayların, kaynakların, tarafların ve ilişkilerin belirlenmesinin ardından REA modeli şu şekilde oluşturulabilir;



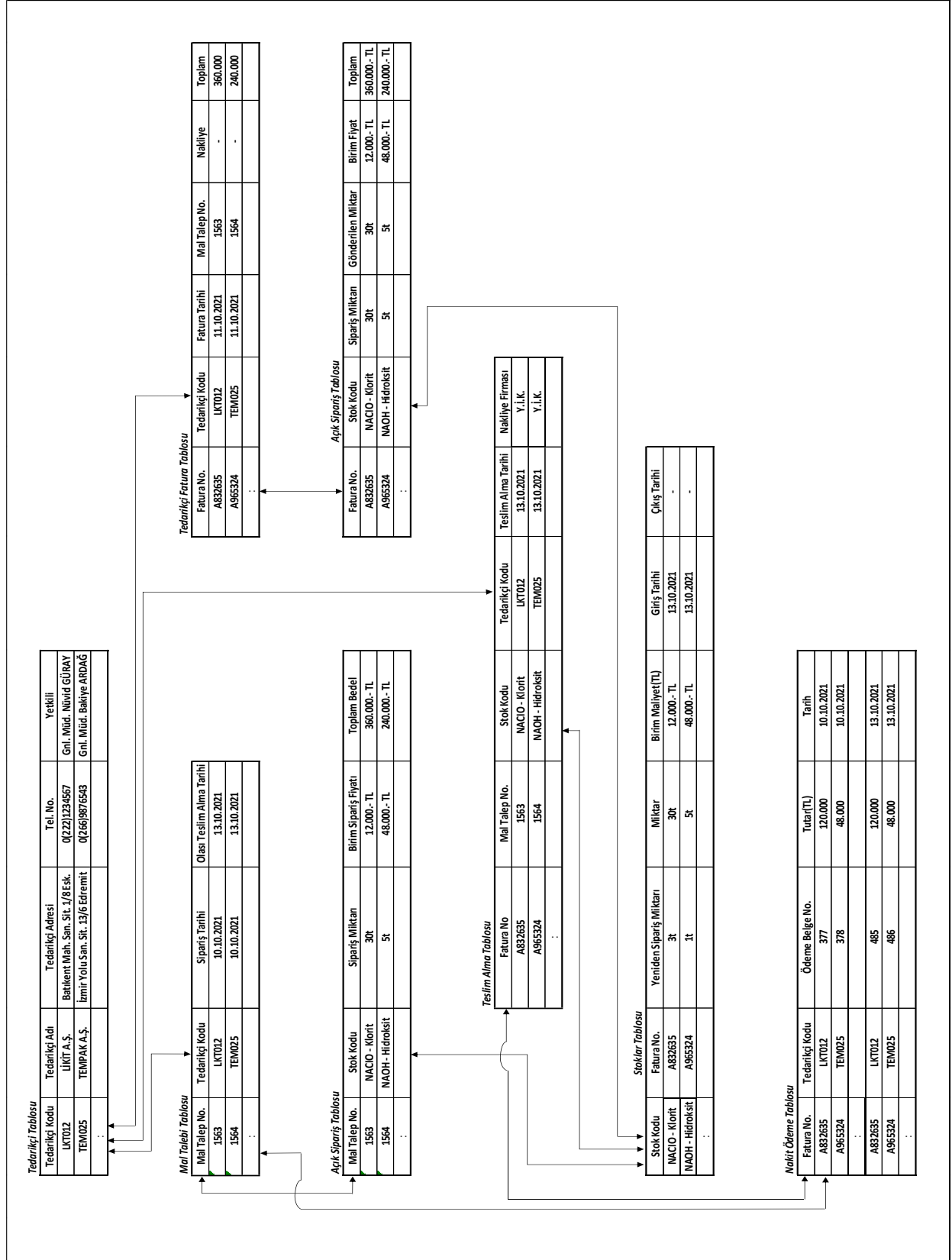
Şekil 6. Harcama İşlemleri REA Şeması

Kaynak : Marshal B. ROMNEY ve Paul John STEINBART, **Accounting Information Systems**, (Prentice Hall, 8th Edt., International Edt., 2000), s.500.

Şekil 6, satın alma işleminde yer alan ekonomik olaylar ve destekleyici olaylar arasındaki ilişkileri göstermektedir. Anlatımı mümkün olduğunca sadeleştirebilmek için yalnızca ekonomik olaylar arasındaki ilişkilerin açıklamasıyla yetinilmiştir. Şeklin sol tarafında yer alan “Stok” ve “Nakit” satın alma işlemine konu olan kaynakları göstermektedir. İşlem bir satın alma işlemi olduğundan stok

kaynağında artış, nakit kaynağında da azalış ortaya çıkacaktır. Şeklin orta kısmında yer alan dikdörtgenler ise olayları göstermektedir. Mal talebi ve siparişin verilmesi destekleyici olayları göstermekteyken malların teslim alınması ve ödemenin yapılması ise ekonomik olayları göstermektedir. Satın alma işleminde rol oynayan taraflar ise şeklin sağ kısmında yer alan satın alma müdürlüğü, tedarikçi, teslim alma memuru, ambar memuru ve veznedardır. Şekilde ayrıca ilişkiler iki yönlü olarak gösterilmektedir. Bir küme ile diğer küme arasındaki ilişki her iki kümenin bakış açısından yansıtılmaya çalışılmıştır. İlişki sayılarının belirlenmesi kısmında yapılan açıklamalardan hareketle yalnızca bir kümenin diğer kümeyle olan ilişkisi değil aynı ilişki çerçevesinde karşılıklı ilişkilerin nasıl olabileceği gösterilmeye çalışılmıştır.

Malların teslim alınması ve ödemenin yapılması olayları birbirleriyle (0-N) ve (1,N) bağlantılarıyla ilişkilendirilmiştir. Malların teslim alınması ile ödemenin yapılması arasındaki (0-N) ilişkisi, işletmenin malları teslim almadan da ödemeler yapabileceğini (örneğin, avans verme) göstermekteyken ödemenin yapılması ve teslim alma arasındaki (1-N) ilişkisi bir ödemenin birden fazla teslim alma işlemiyle ilişkilendirilebileceğini ifade etmektedir.



Şekil 7. Kaya A.Ş. Satın Alma İşlemi Veri Tabanı Tabloları

KAYA A.Ş. siparişleri tedarikçi firmalara gönderdiğinde yapılan işlem Tedarikçi ve Mal Talebi tablolarına kaydedilmektedir. Siparişler henüz kapatılmadığı için de eş zamanlı olarak da Açık Sipariş tablosuyla eşleştirilmektedir. Siparişler verildiğinde tedarikçi firmalara sipariş bedelinin 1/3'lük kısmı sipariş avansı olarak ödendiği için Nakit Ödeme tablosuyla da bir eşleştirme yapılmaktadır. Verilen siparişin teslim alınmasıyla birlikte Teslim Alma tablosuna kayıt yapılmaktadır. Bu kayıt ilişkili olduğu Nakit Ödeme tablosunu, Stoklar tablosunu ve Açık Siparişler tablosunu güncellemektedir. Nakit Ödeme tablosunda fatura numaraları ve o numaralara ilişkin yapılan ödemeler arasındaki eşleştirme bir kalan vereceğinden ilgili tedarikçiye/tedarikçilere fatura bedeline ilişkin henüz ödenmeyen bir kısım olduğu bilgisi üretilecektir.

SONUÇ

Veri toplama yöntem ve tekniklerinin gelişmesi, faaliyetlerinin karmaşıklaşması ve farklılaşması işletmelerin oldukça fazla miktarda finansal ve finansal olmayan veriyle baş etmek zorunda kalmasına yol açmıştır. Faaliyetlere ilişkin olarak elde edilen veriler işletmenin tüm fonksiyonları tarafından kullanılacağından verilerin yalnızca bir fonksiyonun kullanabileceği biçimde kodlanması, bu verilerin diğer fonksiyonlar tarafından kullanılabilmesini olanaksız hale getirecektir. Bu olumsuzluğu gidermek amacıyla geliştirilen veri tabanı modellerinden birisi olan REA muhasebe modeli veri tabanında kayıtlı tüm verileri tüm fonksiyonların kullanabileceği biçimde ilişkilendirerek günümüz kurumsal kaynak planlaması sistemlerinin gelişiminin de önünü açmış ve işletme faaliyetlerinin yapılış biçimini ve felsefesini de derinden etkilemiştir. Bu yönüyle REA muhasebe modeli bilgi sistemlerinin tasarımında ve analizinde işletmeye fonksiyonları açısından değil “faaliyetler” açısından bakılması gerekliliğini ortaya koymuştur.

REA modelinin ve benzer veri tabanı modellerinin işletmelere sağlamış olduğu faydalar yalnızca sistemin işlerliğiyle sınırlı kalmamıştır. Bilgisayarların işletme faaliyetlerine dahil olmasıyla iç kontrol sisteminin de bilgisayarlara dahil olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bilgisayarın içinden denetimin, sürekli denetim felsefesinin ve aslında bilgisayar ve muhasebe ilişkisinin kurulmasının altında yatan yapının REA muhasebe modeli olduğunu söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

- Hall, J. A. (1998). REA: An evolutionary perspective. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 2 (3), 1-10.
- Hall, J. A. (2011). *Accounting information systems*, 7th Edt. South Western Publ.
- Mayrhofer, D., Huemer, C., ve Regatschnig, P. (2013). REA-ERP: Challenges of using REA in an ERP system. In *7th International Workshop on Value Modeling and Business Ontology (VMBO 2013)*, 1-4.
- McCarthy, W. E. (1982). The REA accounting model: A generalized framework for accounting systems in a shared data environment. *Accounting review*, 554-578.
- Nikitkov, A. (2020). REA model, its development and integration as an enterprise ontology framework. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, 19 (3), 566-594.
- Sürmeli, F., Erdoğan, M., Erdoğan, N., Banar, K., Kaya, E. ve Sevim, A. (2007). *Muhasebe bilgi sistemi*, (1.baskı), Açıköğretim Fakültesi Yayını No:895, Eskişehir.
- Perry, J.T., ve Schneider, G.P. (2003). *Using Access 2002 in Accounting*, 2nd Edt., South-Western College Publ.
- Poels, G., Maes, A., Gailly, F., ve Paemeleire, R. (2011). The pragmatic quality of resources-events-agents diagrams: an experimental evaluation. *Information Systems Journal*, 21 (1), 63-89.
- Schwaiger, W. S. (2016). REA business management ontology: Conceptual modeling of accounting, finance and management control. In *CAiSE Forum*, 41-48.

Geliş Tarihi:

28.02.2011

Kabul Tarihi:

11.12.2022



Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Subasi, H., & Yildiz, N.G. (2022).
Bağlanma Temelli Kanıta Dayalı Mentörlük
Modeli, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal
Bilimler Dergisi*, 21(45), 1558-1580.
doi: 10.46928/iticusbe.1080464

BAĞLANMA TEMELLİ KANITA DAYALI MENTÖRLÜK MODELİ


Teorik

Hacer Subaşı  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

International Islamic University of Malaysia

hacer.subasi@yahoo.co.uk

Nadire Gülçin Yıldız, 

İstanbul Medipol Üniversitesi

ngyildiz@medipol.edu.tr

Hacer Subaşı, PhD (c), International Islamic University of Malaysia, KidstFIRST Mental Health Clinic Dubai'de klinik çocuk psikoloğu olarak çalışmakla beraber alanda akademik çalışmalarını sürdürmektedir.

Nadire Gülçin Yıldız, İstanbul Medipol Üniversitesi Rehberlik ve Danışmanlık Ana Bilim Dalı, Eğitim Fakültesi'nde doçenttir. Bu alanda çeşitli dersler vermekte, projeler yürütmekte ve araştırmalar yapmaktadır.

BAĞLANMA TEMELLİ KANITA DAYALI MENTÖRLÜK MODELİ

Hacer Subaşı
hacer.subasi@yahoo.co.uk
Nadire Gülçin Yıldız
ngyildiz@medipol.edu.tr

Özet

Sosyoekonomik faktörler, hane halkı ve yaşanan sosyal çevre / mahalle özellikleri, öğrenme deneyimlerini, okula yönelik tutumları, genel ruh sağlığı ve refahı etkilediğinden çocuk ve gençlerin genel iyilik hali için kritik öneme sahiptir. Mentörlük programları çocuk ve gençlerin pozitif gelişimini destekleyen sistemli programlardır. Araştırmalar, mentörlük programlarının bireyleri sosyal, duygusal, akademik ve istihdam alanlarında desteklemek adına faydalı olduğunu; koruyucu ve önleyici faktörleri teşvik ettiğini göstermektedir.

Amaç: 1990'lı yıllardan beri bu amaçla pek çok mentörlük programı hayata geçirilmiştir. Günümüze dek niceliksel olarak ciddi anlamda artış gösteren mentörlük programlarının niteliğinin nasıl olması gerektiği ile ilgili ciddi kaygılar doğmuştur. Söz konusu kaygıların sonucu kanıta dayalı mentörlük programlarının nasıl olması gerektiği sorusu gündeme gelmiştir. Bu bağlamda, mentörlük programlarının teorik çerçevesinin bağlanma temelli bir yaklaşım ekseninde formüle edilmesi amaçlanmıştır.

Yöntem/Tasarım / Metodoloji / Yaklaşım: Bu teorik araştırmada ilgili literatür ekseninde, etkili ve nitelikli mentörlük programlarının özellikle mentör ve menti eşleştirme sürecinde bağlanma temelli bir yaklaşımın ve bu yaklaşımın tüm süreçteki sürekliliği açısından süregiden süpervizyon desteğinin önemi teorik olarak tartışılmıştır.

Bulgular: Sonuç olarak, aşırı yapılandırılmış bir çerçevede sadece hedef odaklı mentörlük programlarından ziyade yine belirli bir çerçevesi ve hedefi olan ama ilişkiyi merkeze alan daha menti odaklı bir yaklaşım gençliğin pozitif gelişimi için gereklidir. Özellikle riskli arka plandan gelen çocuk ve ergenlerin 'riskli' oluş durumları bireysel faktörlerden ziyade çevresel faktörlerden kaynaklanıyorsa bağlanma temelli mentörlük programlarının çok iyi bir koruyucu / tampon işlevi gördüğünü belirlenmiştir.

Özgünlük: Bir mentörlük programında olması gereken süreçlerin yapılandırıldığı, hedef menti kitlesinin özelliklerinin, barındırdığı bireysel (ör. bağlanma tarzı, psikopatoloji) ve çevresel risk faktörlerinin dikkate alındığı bir nevi bireyselleştirilmiş mentörlük programları tartışılmaya başlanmıştır. Bağlanma konusunda yapılan birçok deneysel araştırma güvenli bağlanan bireylerin İÇM'lerinin 'olumlu' benlik ve öteki tasarımları içerdiğini gösterdiğinden dolayı, güvenli bağlanan bireyler ideal birer mentör adaydırlar. Bir akran destek modeli olarak mentörlük programları sistematik eğitimler ile desteklenmelidir. Program kapsamında düzenli bir süpervizyon desteği sunularak standardize ve sürdürülebilir programlar olmaları sağlanmalıdır. Kanıta dayalı bağlanma temelli mentörlük programları pozitif gelişimi destekleyen sürdürülebilir bir modeldir.

Anahtar Kelimeler: bağlanma temelli mentörlük, kanıta dayalı mentörlük, etkili mentörlük programları, gençlerin pozitif gelişimi, süpervizyon

JEL Sınıflandırması: 13

ATTACHMENT-FOCUSED EVIDENCE-BASED MENTORING MODEL

Abstract

Socioeconomic factors, household and social environment / neighborhood characteristics affect learning experiences, attitudes towards school, general mental health, and well-being. Therefore, it is critical to the general well-being of children and young people. There are socio-economic education areas, education households and livable social environment / neighborhood characteristics, education, school-purpose education, general mental health and education, and child education that is critical for the general well-being of students and youth. Mentoring programs offer are systematic structures targeting positive youth development. Studies demonstrate the effectiveness of mentoring programs in support of individuals socially, emotionally, academically and in employment areas, promoting protective and preventive factors.

Purpose: Wide range of mentoring programs have been put into practice since 1990s. Despite a rapid increase in these programs up-to-date, serious concerns have been raised regarding their quality. As a result of these concerns, the question of how effective and evidence-based mentoring programs should be is coming forward. Hereafter, more structured mentoring programs have been discussed, considering personal (e.g., attachment styles, psychopathology, etc.) and environmental risk factors of mentees independently.

Method/Design/Methodology/Approach: Examining the existing literature, mentoring programs are discussed theoretically by focusing on the importance of attachment relationships. To establish an effective mentoring program, which is maintained by evidence-based results, it is crucial to pair mentors and mentees according to their attachment patterns. Sustainability of mentoring programs should be supported by systematic and standardized trainings and ongoing supervision service provided for mentors.

Findings: Studies indicate that mentoring programs are effective in promoting positive development not only for mentis but also for the mentors by enhancing a positive climate and cooperative atmosphere. It has been determined that the mentoring relationship functions as a very good protector / buffer, especially when children and adolescents' conditions which pose risks due to environmental factors rather than individual factors.

Originality: More relationship focused mentee-based mentoring programs are found to be more effective in promoting positive youth development instead of excessively structured and goal-oriented mentoring programs. Individuals with secure attachment patterns are ideal mentor candidates, as many empirical studies on attachment have shown that the IWMs of securely attached individuals include 'positive' self and others. As a peer counseling model, mentoring programs should have structured and standardized programs supported with systematic training. Program sustainability is maintained by providing regular supervision assistance. In brief, evidence-based attachment focused model offers standardization that supports positive youth development.

Keywords: attachment-focused mentoring, evidence-based mentoring, effective mentoring programs, positive youth development, supervision

JEL Classification: I3

GİRİŞ

Mentörlük doğal veya formel olarak uygulanabilen; bilgi, beceri ve tecrübenin aktarıldığı ve ilişkideki her iki tarafında fayda gördüğü bir gelişim ve öğrenme sürecidir. Bu süreçte karşılıklı taraflardan bilgi, beceri ve tecrübe açısından verici konumda olan tarafa “mentör” denilirken bilgi, beceri ve tecrübe açısından alıcı konumda olan tarafa “menti” denilmektedir. Mentör kavramının Türkçe’de danışman, usta, hami, guru, lider, yönder gibi isimlerle ifade edilmesine rağmen uluslararası literatürde genel kabul gören adlandırmanın mentör olması sebebiyle mentörün kullanılması tercih edilmiştir. Nitekim, menti kelimesi için de çırak (apprentice) veya korunan (protégé) gibi isimlerle karşılanmaya çalışılsa da aynı gerekçeyle bu yazıda menti kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

Mentörlük insanlık tarihi kadar eski bir ilişki modelidir. Ancak, bu ilişki modeli insanoğlunun içinde yaşadığı döneme özgü ihtiyaçları çerçevesinde farklı isimler ile anılmış; yapısal değişim ve dönüşüm yaşamıştır. Tarihsel olarak mentörlük ile ilgili ilk yazılı kayıt Yunan mitolojisindeki bir destana dayandırılmaktadır. Bu destanda, Truva Savaşı’na gitmesi gereken İtaca Kralı Odyssey, oğlu Telamaque’ı yokluğunda ilgilenmesi ve yetiştirmesi için -aslında Yunan bilgelik tanrıçası (Minerva) olduğu belirtilen- yakın arkadaşı filozof Mentör’e emanet eder. Bu destan Fenelon (1699) tarafından kaleme alınan ‘Telemak’ın Maceraları’ isimli romanında konu edinilmiştir. Zamanı biraz daha ileri aldığımızda, örneğin 13. Yüzyılda Anadolu Selçuklu Devleti döneminde temayüz eden Ahilik sisteminin günümüzde tanımlanan ‘iş yeri mentörlüğü’ ve sistemlerine tekabül eden hatta daha ileri düzey bir örgütlenme sunan modeller de olduğu söylenebilir. İşyeri mentörlüğünde amaç kurumsal olarak tecrübesiz ya da daha az tecrübeli çalışanların daha tecrübeli çalışanlar (yönetici) tarafından belirli bir alan ve program dahilinde yetiştirilmesidir. Bu yetiştirme sürecinde kurulan sağlıklı ve destekleyici ilişkiler sayesinde kurumsal uyum ve iş birliğini artırılması bir diğer önemli amaçtır.

Ahilik sistemi insanların sanat, ticaret ve muhtelif meslek dallarında ‘usta (mentör) – çırak (menti)’ ilişkisiyle yetişmelerini ve kurulan kardeşlik bağıyla ahlaki gelişimlerinin desteklenmesini amaçlamıştır. Ahi kelimesi Divan-ı Lügati’-Türk’te “cömert, koçak, selek, yiğit” gibi anlamlarda kullanılmış olup (Güllülü, 1977) Türkçe ‘Akı’ kelimesinden türemiş olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda ahi kelimesinin ‘kardeş’ anlamına gelen Arapça ‘akhi / اخی’ sözcüğünden türediği de düşünülmektedir (Şeker, 2001). Her iki anlam beraber dikkate alındığında tıpkı güncel mentörlük modellerinde mentörlerden beklendiği gibi ‘ahilerin’ ahilik ilişkisinde hem tecrübe, itibar ve bilgi bakımından ‘baba’ gibi hem de kurdukları sıcak ve güven dolu muhabbetten dolayı ‘kardeş/abi’ gibi rol aldıkları söylenebilir. Amerika’daki 117 yıllık bir geçmişi olan ve halen uygulanmaya devam eden risk altındaki çocukların rehabilite edilmesini hedefleyen meşhur gençlik mentörlük programının isminin ‘Big Brother Big Sisters (BBBS) / Büyük Abiler Büyük Ablalar (BABA)’ olması bir tevafuk olmadığını söylemek mümkündür. ‘Brother’ ve ‘sister’ kelimelerinin Türkçe anlamları sırasıyla ‘abi’ ve ‘abla’; diğer bir deyişle ‘kardeş’ ya da ‘ahi’ anlamına gelmektedir.

Mentörlük programlarında gözlemlenen nicelik artışıyla beraber gençlerin pozitif gelişimini destekleyen etkili bir mentörlük programının nasıl olması gerektiği ile ilgili zaman içinde ciddi kaygılar doğmuştur. Böylelikle, araştırmalar mentörlüğü etkililik cihetinden incelemeye odaklanmıştır. Ancak, gençliğe yönelik geliştirilmiş mentörlük programlarından elde edilen “pozitif etki” süresinin kısa vadeli mi uzun vadeli mi olduğu tam olarak araştırılmamış bir konudur. Zamanla etkili bir mentörlük programının nasıl olması gerektiği ile ilgili pek çok hipotez ile yola çıkılarak ‘kervanın yolda düzülmesi’ bir yöntemden daha ‘kanıta dayalı’ bir yönteme geçilmiştir. Mevcut alan yazında artık bazı mentörlük programlarının bazı şartlar altında bazı olumlu sonuçlar ile ilişkili olduğu şeklindeki bulgular kanıta-dayalı ilerlemek adına oldukça yetersizdir. Bu nedenle, hangi özelliklere sahip popülasyona, hangi şartlar altında, hangi arabulucu değişkenlerin etkisi altında ne sıklıkla, hangi kriterlerin baz alındığı gibi mentörlük programlarında metodolojik soruların sorularak bir optimizasyon hedefi ile hareket edilmesi hayatidir (Rhodes, 2008; DuBois, ve ark., 2011).

Özellikle mentörlük araştırmaları anlamında 1990’lardaki bu uyanışla mentörlük programlarının çocuk ve gençlerdeki kaygı, madde veya alkol kullanımı sıklığı, davranışsal ve bilişsel problemler gibi semptomlardaki azalmaya odaklanması gerektiği düşünülerek ‘yaşamsal düzeyde’ bir amaca ulaşmayı hedeflemiştir. Genellikle de risk altındaki çocuk ve ergenler hedeflenmiştir (DuBois ve ark., 2011). Tıpkı, 1904 yılında Ernest Clerk isimli New York şehri mahkeme katibinin yargıya intikal eden erkek çocuk sayısının günden güne artış göstermesi üzerine bu çocukların suç teşkil eden davranışlarını azaltmak amacıyla önce ‘Big Brothers’ mentörlük sistemini başlatarak yola çıkması örneği gibi. Ancak güncel mentörlük yaklaşımlarının amacı, geçmişteki ‘eksiklik modeli’ (deficit model) yerine gençlerin pozitif gelişimine önem veren ‘dayanıklılık-temelli model’ (strength-based model) benimsenerek ‘üst düzeyli’ bir amaca doğru evrilmiştir (DuBois ve ark., 2011). Bu üst düzeyli amaç, bugünün gençleri yarının yetişkinleri olacak olan bireyleri öz-beceri, öz-yeterlilik, öz-güven, öz-kontrol, yaşam memnuniyeti, yurttaşlık bilinci ve sivil motivasyon, toplumsal rolleri üstlenme gibi alanlarda gayet yüksek düzeyli işlevselliğe sahip; üretken bireyler olarak yetiştirmeye tekabül etmektedir (Weiler ve ark., 2013). Bu amaçla yola çıkan mentörlük programları gençlerde üst düzey bir mesleki, psiko-sosyal ve kimlik gelişimi hedeflemektedir (Germain, 2011).

Mentörlükte beceri geliştirme ve hedef odaklı aşırı yapılandırılmış bir programdan ziyade ‘ilişki odaklı’ olması gerektiğine dair farkındalık zamanla artmıştır. Bu farkındalığa daha sonra bahsedilecek olan bağlanma kuramı ve kişilerarası ilişkiler kuramlarının ciddi katkısı vardır. Böylece, yine belirli bir yapı ve hedefe (ör. akademik başarı, not ortalaması, mezuniyet) sadık kalınan ama daha çok mentör ve menti arasında yakın, destekleyici ve anlamlı bir ilişkinin kurulmasının merkeze alındığı perspektif önem kazanmıştır. Nitekim, Amerika’daki BABA mentörlük programının ulusal düzeyde değerlendirildiği bir araştırmadan elde edilen bulgular bu argümanı desteklemiştir. 1992-1993 yıllarında BABA programına katılan 10-16 yaşlarındaki 959 çocuk ve ergen üzerinde gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen bulgulara göre, okula ilişkin değer algısı, okul ile ilgili öz-beceri algısı, genel öz-değerlilik, okulu terk ve okul başarı puanı gibi ‘gençliğin pozitif gelişim’ sahalılarında elde ettikleri

kazanımların mentörlük ilişkisinin doğrudan bir sonucu olarak ortaya çıkmamıştır. Diğer bir deyişle, gençlerin pozitif gelişim gösterdikleri alanlarda mentörlük ilişkisinin ebeveynleriyle olan ilişkilerini düzelttiği ve bu düzelen ilişkilerin pozitif gelişim ve mentörlük arasındaki ilişkide bir arabulucu değişken (mediating variable) işlevi gördüğü tespit edilmiştir (Rhodes, Grossman & Resch, 2000).

Özetle, mentörlük programları mentör ve menti arasında tesis edilecek ilişkide akrabalık ilişkisinden mülhem bir abilik ya da ablalık ilişkisini örnek almaktadır. Ancak, bu gerçek anlamda bir abi-kardeş veya abla-kardeş ilişkisi değildir. Dışarıdan müdahale edilen (süpervizyon) ve kısmen yapılandırılmış ama bir taraftan da süreçte kendi spontanlığına yaşayan bir ilişkidir. Günümüze dek gerek ulusal gerek uluslararası düzeyde sayısız mentörlük programı gerçekleştirilmiştir. Ancak varılan nihai sonuç gençlerin azami faydasını sağlamak için etkili bir mentörlük ilişkisinde eşleşme, uyumu, ideal süre ve zamanlama, nitelik, vb gibi konuların ayrı ayrı önemli olduğudur. Bu durum dikkatleri kişilerarası ilişkiler ve sosyo-emosyonel gelişimle ilgili alan yazında önemli bir yeri olan bağlanma kuramına çekmiştir.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, ilgili literatür kapsamında kanıta dayalı bağlanma temelli sürdürülebilir mentörlük modeline ilişkin teorik çerçeve sunulmuştur.

Gençler ve özellikle risk altındaki gençler açısından konuyu ele aldığımızda, mentörlük ebeveyn dışı bir yetişkin (mentör) ile çocuk ya da ergen (menti) arasında tesis edilecek istikrarlı, destekleyici, sıcak ve güvenli bir ilişkiyle gençlerin pozitif gelişiminin (GPG) (positive youth development – PYD) amaçlandığı bir koruma ve müdahale yöntemidir. Ayrıca, mentörlük gençlerin pozitif gelişimini engelleyen risk faktörlerinin ‘hızlı bir tamirindense’ (quick fix) farklı dinamiklerin göz önünde bulundurulmasını gerektiren bir ‘süreçtir’ (Beltman & MacCallum, 2006).

Mentörlüğün dünyada çok geniş bir yayılma imkânı bulması BABA toplum-merkezli (community-based) mentörlük programından oldukça müspet sonuçlar elde edilmesiyle ilişkilidir. Bu programa dahil olan çocuk ve gençler üzerinde gerçekleştirilen araştırma bulgularının oldukça sevindirici olmasının akabinde gençlere yönelik mentörlük programlarının sayısında hızlı artış yaşanmıştır. Bu artışla beraber farklı mentörlük modelleri türemiştir. Günümüze dek yaygın kullanılan mentörlük modelleri; a) birebir mentörlük, b) akran mentörlüğü, c) grup mentörlüğü, d) ters yönde mentörlük (reverse mentoring), e) kendi kendine mentörlük ve f) e-mentörlük olmak üzere altı kategoride özetlenebilir ancak burada genel ‘mentörlük programı’ olarak birebir mentörlük modelinden bahsedilecektir ancak e-mentörlük programları da COVID-19 salgını ile güncellik kazanmıştır.

Ergen-Ebeveyn İlişkileri

Ergenlik dönemi özerkleşme, ebeveynin bilişsel düzeyde de idealize edilmesiyle başlayan sosyalleşme temayülü ve kimlik inşası gibi gelişimsel özelliklerle karakterize bir dönemdir (Smith ve ark., 2015) ebeveyn dışı bir yetişkinle kurulacak güven dolu ve yakın ilişkinin genç bireyin yoğun

özerklik arayışı sürecinde denetimli bir serbestlik sunacağı düşünülmektedir (Britner ve ark., 2006). Mentörlükte küçük çocuğun oyun esnasında ara ara arkasına bakarak annesinin ‘fiziksel’ varlığını teyit etmek suretiyle keşfine devam etmesi gibidir (check-back) (Sroufe, 1977, s. 1186). Mentör-menti ilişkisinde de menti sosyalleşme ve özerkleşme sürecinde mentörün fiziksel olmaktan öte ‘psikolojik olarak ulaşılabilir’ oluşuna dayanır. Mentörlük ilişkisi sürecinde, mentörün rolü genç bireye ‘düzeltici tecrübe’ (corrective experience) sunmaktır (DuBois ve ark., 2011, s. 62). Mentör-menti ilişkisinde tekrar eden etkileşimler bu düzeltici tecrübenin zamanla menti tarafından içselleştirilmesini ve diğer sosyal ilişkilerine de genelleştirilmesini mümkün kılar. Adeta menti ebeveyniyle, arkadaşlarıyla ve diğer çevresiyle kurduğu ilişkileri gözden geçirme ve yeniden değerlendirme imkânı bulur. Pek tabii, mentörlük ilişkisinden faydalanan taraf her zaman bağlanma kuramı terminolojisiyle ‘bakım-alan’ (care-reciever) konumundaki menti değildir. Özellikle de modern toplumların nüfus yaş ortalamalarının hızla artması ve yetişkin desteğinin doğal yollarla daha az alınabildiği yeni toplumsal yapı dikkate alındığında mentörlük programlarının mentörlük ilişkisinde ‘bakım veren’ (care-giver) konumunda olan mentörlerin yaşamlarının önemini ve mesleki katkılarını fark etmelerini sağlayarak bireysel bir memnuniyet ve başarı hissiyatı yaşamalarına vesile olmaktadır (Beltman & MacCallum, 2006).

Ergen-ebeveyn ilişkilerini açıklayan iki modelden bahsedilebilir: a) özerkleşmeci model ve b) çatışmanın öğreticiliğini savunan model. Görece daha eski olan ilk modele göre ergenler olgunlaştıkça kendilerini ebeveynlerinden ayırır ve ailelerinden ayrı özerk bir yapıya doğru hareket ederler. Bu modele göre, ebeveyn ile ergen arasındaki çatışma ergenlik süresince ağır ve gerilimli bir şekilde yaşanır. Öte yandan, yeni model ergenlerin daha büyük ve karmaşık bir sosyal dünyayı keşfi ve çatışmaların öğretici işlevi üzerinde durur. Ayrıca, bu model ebeveynlerin önemli bağlanma şahsiyetleri ve destek sistemleri olarak rolüne dikkat çekmesi nedeniyle bağlanma kuramı ile de oldukça tutarlıdır. Bu modele göre, ebeveyn çocukluk bağımlılığından yetişkin bağımsızlığına geçiş sürecinde pozitif gelişimi destekleyici bir işlev görmektedir (Santrock, 2011). Dolayısıyla, potansiyel ebeveyn-ergen çatışma sahalarında mentörlük programlarının ilişkiyi düzeltici ve destekleyici rolü çok hayatidir.

Mentörlük Programlarında Etkililik Sorunu

Literatürde gençlik mentörlük programlarının etkililiği ve niteliğini arttıran değişkenleri a) yapısal değişkenler, b) ilişkisel değişkenler ve c) mentörlüğün tek başına bir müdahale yöntemi olarak mı yoksa daha kapsamlı bir müdahale yönteminin bir parçası olarak mı uygulandığı şeklinde birbiriyle yakından ilişkili üç ayrı kategoride değerlendirmek mümkündür. Yapısal değişkenler kendi arasında şu şekilde sıralanabilir: a) mentörlük programının süresi; b) mentör-mentinin düzenli görüşmesi; c) mentör ve mentinin görüştüğü ortam; d) mentör ve mentinin aktiviteleri; e) mentöre sağlanan kurumsal destek; f) mentör süpervizyon sürekliliği; g) eşleştirme öncesi sonrası mentör eğitimi ve h) mentörlük ilişkisinin sonlandırılması (Rhodes ve Lowe, 2007).

Araştırmalar mentörlük programlarının süresi, mentör-menti görüşmelerinin düzenli olması, mentörün kurumsal olarak desteklenmesi ve mentör süpervizyonunun mentörlük programlarından elde edilen verimliliği olumlu etkilediğini göstermektedir (Rhodes & Lova, 2007). Mentörlük programlarının etkililiğini belirleyen bir diğer önemli faktör ise mentör ve menti görüşme ortamıdır. Mentörlük aktivitelerinin okul ortamında yapılması toplumsal düzlemde farklı ortamlarında yapılmasına kıyasla daha az etkili olduğu bulunmuştur (Britner ve ark., 2006).

Mentörlükte etkililiğini belirleyen bir diğer konu ise programlar süresidir. Ayrıca, muhtelif araştırmalar mentide pozitif değişime vesile olacak optimum mentörlük süresinin en az 12 ay ve daha uzun olduğu göstermiştir. Yine araştırma bulgularına göre, mentörlük ilişkisinin 3 ay ve daha kısa sürmesi yani 'erken terminasyon' gençlere faydadan çok zarar vermektedir. Bu zararın özellikle risk altındaki gençlerde terkedilme ve koşulsuz kabul görmemesiyle ilgili kaygıların tetiklenmesine sebep olduğu ve dolayısıyla gelecekteki ilişki kurma becerisini de olumsuz etkileyeceği düşünülmektedir (Grossman & Rhodes, 2002). Bu nedenle, 'önce zarar verme' ilkesiyle hareket edebilmek çok önemlidir (Hamilton & Hamilton, 2005). Mentörlük ilişkisi öncesinde mentör eğitimi etkililiğe olumlu katkısı olan çok temel bir değişken olmakla beraber görüşmelerdeki aktivitelerin seçimi ve uygulanması sürecinde mentinin aktif katılımı ve ihtiyaçlarının gözetilmesi önemlidir.

Gençlere yönelik mentörlük programlarının etkililiği ve niteliğini arttıran değişkenleri 'ilişkisel değişkenler' daha çok mentörlük süreci başlamadan önce yapılan mentör-menti 'eşleştirme' ile ilgilidir. Mentörlük ilişkisinin uzun soluklu, destekleyici, karşılıklı, empatik ve güven dolu bir ilişki olabilmesi açısından eşleştirme sürecinde her iki partnerin de a) kişisel özellikleri ve b) bağlanma ilişkisi geçmişinin çok önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu yaklaşım mentörlük ilişkisinin niteliğini arttırmak adına atılmış çok önemli bir adım olmanın yanı sıra mentörlük programlarının kanıta dayalı olabilmesi için 'güvenli', 'destekleyici' gibi kavramlarla ifade edilen niteliklerin işe vuruk hale getirilip test edilebilirliğini de mümkün kılması açısından önemlidir. Eşleştirmelerin rastgele veya sadece mentör-menti ilgilerinin uyuşmasına dayanarak yapıldığı programlarda, 'zayıf' veya 'tutarsız' görüşmelerin mentilerin bir 'bağlantı/bağlılık' hissedememesiyle erken sonlandırılmasına neden olduğu tespit edilmiştir (Grossman & Rhodes, 2002; Britner & Kraimer-Rickbay, 2005). Yukarıda bahsi geçen 'kişisel özellikler' boyutuyla bireyin halihazırdaki durumuna katkıda bulunan 'bireysel' ve 'çevresel' risk faktörleri kastedilmektedir. Bireysel risk faktörlerini a) ihmal ve istismar mağduru olma, b) engellilik, c) hamile ve ebeveyn ergenlik, d) suça itilmiş olma ve e) akademik olarak risk altında olma şeklinde sınıflandırılabilir (Britner ve ark., 2006). Çevresel risk faktörleri ise a) ebeveynlik tarzı, b) ebeveyn bağlanma tarzı, c) ebeveyn psikopatolojisi, d) aile içi ilişkiler ve e) ekosistem şeklinde kategorize edilebilir.

Riskli Çocuklar ve Mentörlük

Amerikan Hastalık Kontrol Merkezi Gençlik Risk Davranış Araştırması (2019, 2021) Olumsuz Çocukluk Deneyimleri (OÇD'ler - ACE's) karşısında kanıta dayalı mentörlük programlarının

etkilerini vurgulamaktadır. Olumsuz Çocukluk Deneyimleri (OÇD'ler), OÇD çalışmasına göre üç kategoride gruplandırılmıştır; a) istismar (duygusal, fiziksel, cinsel); b) hane halkı sorunları (eş şiddeti, madde bağımlılığı, akıl hastalığı, ayrılık ve boşanma, hapsedilmiş hane üyesi) ve c) ihmal (duygusal ve fiziksel) – çocukların gelişimi için sosyal-duygusal, bilişsel, fiziksel ve davranışsal riskler oluşturmaktadır (Felitti, 1998).

Meseleye Türkiye özelinde yaklaşıldığında, çocuklar Türkiye nüfusunun %27,2'sini oluşturmaktadır (TÜİK, Çocuk İstatistikleri, 2020). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçlarına göre, Türkiye'nin nüfusu 2020 yılı sonu itibarıyla 83.614.362 olup, bunun 22.750.657'si çocuklardan (bu oranın %51,3'ü erkek iken, %48,7'si kız olmak üzere) oluşmaktadır. Birleşmiş Milletler tanımına göre 0-17 yaş aralığında olan bireyler çocuk olarak kabul edilmekte olup, 1990 yılında bu oran toplam nüfusun %41,8 ve 2020'de ise %27,2'sini oluşturmaktadır. Bu oranın 2025 yılında %26,6, 2030 yılında %25,6, 2040 yılında %23,3, 2060 yılında %20,4 ve 2080 yılında %19,0 olacağı tahmin edilmektedir (TÜİK, Çocuk İstatistikleri, 2020). OÇD'lerin gelişimsel ve yetişkin psikopatolojisi üzerindeki etkisi, erken teşhis edilirse üstesinden gelinebilir (Shonkoff ve ark., 2021). Mevcut demografi, OÇD'lere dayalı sağlık hizmetleri politikalarına ilişkin gelecek projeksiyonlarının oluşturulmasına yol açmaktadır. Türkiye'nin geçirmekte olduğu demografik değişimlere bakıldığında, OÇD'lerin rolü, gelecek nüfus kuşaklarının fiziksel, zihinsel ve ruhsal sağlık açısından yadsınamaz olup, travmatik etkilere karşı mentörlük programları dayanıklılığı artırıcı bir koruma ve destek sistemi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırmalar, özellikle riskli arka plandan gelen (OÇD) çocuk ve ergenlerin 'riskli' oluşları bireysel faktörlerden ziyade çevresel faktörlerden kaynaklanıyorsa (Listenbee ve ark, 2012), mentörlük ilişkisinin çok iyi bir koruyucu/tampon işlevi gördüğünü göstermiştir. Örneğin çevresel bir risk faktörü olan 'reddedici ebeveynlik' çocuklarda ciddi davranış problemleri, psikolojik uyum, akademik problemler, zorlu kişisel ilişkiler ile ilişkilidir. Reddedici ebeveynlik nedeniyle çeşitli sorunlardan mustarip bir çocuk/ergen sıcak, ilgi dolu, kabul edici ve destekleyici bir mentörle geçmişte hissettiği 'reddi' 'kabule' çevirme imkânı bularak eksikliği telafi edebilir. Mentinin barındırdığı riskler bireysel faktörlerden kaynaklanıyorsa mentörlük programlarının etkisinin azaldığı; şayet bireysel ve çevresel faktörler bir arada bulunuyorsa mentörlük programlarının etkisinin neredeyse hiç olmadığı tespit edilmiştir (DuBois ve ark., 2002). Örneğin bireysel ve çevresel risk faktörlerinin bir arada bulunduğu istismar mağduru ve kurum bakımında olan çocuk ve ergenleri hedefleyen mentörlük programlarının bir ay içerisinde terminasyona uğradığı belirtilmektedir (Britner ve ark., 2006). Ancak, bağlanma temelli bir eşleştirme yapıldığında neticenin olacağı halihazırda bilinmemektedir. Nitekim riskli grupların mentörlüğü söz konusu olduğunda birbiri ile çakışan çoklu değişkenin mevcudiyeti nedeniyle en iyi yaklaşımı belirlemek oldukça güçtür.

Ancak, 'pozitif gençlik gelişimi' hedefi bir kenara risk faktörlerini, karmaşıklıktan ötürü azaltamıyorsa veya koruyucu faktörleri arttıramıyorsa dahi mentörlük ilişkisinin hayat bulduğu bir

ekosistemde ‘önce zarar verme’ ilkesinin tesis edilebilmesi için (Hamilton ve Hamilton, 2005) bağlanma ve kişilerarası ilişkiler perspektifi oldukça ufuk açıcudur. Ayrıca, mentörlük programları risk altındaki gençler için tek başına olmaktansa daha kapsamlı ve bütüncül bir müdahale programının (ör. psikoterapi, ilaçlı tedavi, rehabilitasyon) bir parçası olarak uygulanması daha doğrudur. Çünkü, mentörlük başat bir tedavi, terapi ya da özel eğitimin yerine ikame edilemez (DuBois ve ark., 2011). Gelişmiş ülkelerde mentörlük programları müdahale ve koruma yöntemi olarak yasal olduğu için özel ihtiyacı olan veya risk altındaki gençler, bir tedavi kapsamında psikolog veya psikiyatristleri tarafından bu programlara yönlendirilmektedir. Ancak, bu yönlendirme süreci çocuk ve ergenlerin özel ihtiyaç veya risk durumlarına göre yapılmalıdır. Örneğin, suça itilmiş gençler için yapılandırılmış programların daha etkili olduğu tespit edilmiştir (Lipsey, 1992). Öte yandan, hamile ve ebeveyn gençlere yönelik planlanan mentörlük programlarının ‘bakım-verme’ gibi daha ilişki odaklı yapılandırılmamış olmasının önemine işaret edilmektedir. Fiziksel engeli (ör. işitme, görme gibi) olan gençlerin yine aynı engelden muzdarip mentör veya akranlarıyla mentörlük programlarına katılmalarının etkili olduğu görülmektedir (Britner ve ark., 2006).

Bağlanma Temelli Mentörlük Yaklaşımı

Son dönem mentörlük araştırma ve uygulamaları mentörlük ilişkisinde yer alan her iki tarafın da bağlanma ilişkilerinin önemine işaret etmektedir. Dolayısıyla mentörlük araştırmalarının etkililik ekseninde çabaları devam ederken bağlanma-temelli (attachment-based) bir uyanıştan bahsedilebilir. Bireysel faktör gibi sürece katkı sağlıyor gibi gözükken bağlanma ilişkileri aslında bireyin erken dönemde yetiştiği ekosistemden doğrudan etkilenmektedir. Dolayısıyla ekosistemik bir meseledir. Bebeğin hissettiği anne/bakım-veren merkezli hassasiyet, ilgi ve ulaşılabilirlik duyguları tekrar eden tecrübeler neticesinde bağlanma tarzı olarak tezahür eder. Şöyle ki, anne-bebek veya çocuk-ebeveyn ilişkisinde tecrübe edilen güven, güvensizlik veya tutarsızlık gelecekteki ilişkilerde tecrübe edilecek ilişki örüntülerine adeta bir taslak sağlamaktadır. Söz konusu taslak gelecekteki arkadaşlıkları, romantik aşk ilişkileri ve iş ilişkilerini etkilemektedir. Ainsworth ve arkadaşlarının (1970) Yabancı Durum Deneyi’nde güvenli, kaygılı ve kaçınmacı bağlanma olarak kategorize ettikleri üçlü taksonomi Main ve Solomon’un 1990’daki araştırmasının neticesinde ‘dezorganize/düzensiz bağlanma’ kategorisinin eklenmesiyle dördü taksonomi olarak kabul görmektedir.

Her bir bağlanma örüntüsünün tekabül ettiği ‘kendiliğe’(self) ve ‘diğerlerine’(others) dair bilişsel bir organizasyon vardır. Bu bilişsel organizasyonlara ‘içsel çalışma modelleri-İÇM’ (internal working models-IWM) denilmektedir. İÇM’ler bireyin kendisini ilgi görmeye ve sevgiye değer olup olmadığına ilişkin genel değerlendirmeleri içeren ‘benlik’ ve ‘öteki’ tasarımlarıdır. Söz konusu bilişsel organizasyonun ana taslağı erken dönem anne bebek ilişkisinde oluşturulsa da haya boyu devam eden farklı ilişki tecrübelerle her daim güncellenmeye ve uyumlanmaya açık yapılardır. Bu nedenle bağlanma ilişkileri bir nevi ‘karakter inşası’ (trait construct) olmaktan ziyade ‘organizasyonel’ yapılardır (Sorufe, 1977). Bağlanma konusunda yapılan sayısız ampirik araştırma

güvenli bağlanan bireylerin İÇM'lerinin 'olumlu' benlik ve öteki tasarımları içerdiğini gösterirken, kaygılı bağlanan bireylerin 'olumsuz' benlik 'olumlu' öteki tasarımları içerdiğini göstermiştir. Nitekim kaçınmacı İÇM'lerinde bireylerin 'olumlu' benlik ve 'olumsuz' öteki tasarımları hâkim iken dezorganize/düzensiz bağlanmış bireylerin 'olumsuz' kendilik ve öteki tasarımları hakimdir.

Bağlanma ilişkisinin zihinsel organizasyon denklemi mentörlük programlarının eşleştirme sürecinde ilişkisel nedenlerden kaynaklanan olası problemlerin asgariye indirilebilmesi ve ilişkinin etik çerçevesinin korunabilmesi açısından çok önemlidir. Bu açıdan meseleye yaklaşıldığında özellikle güvensiz-güvensiz, güvensiz-dezorganize veya dezorganize-dezorganize mentör-menti eşleşmelerinin ciddi problemler ve etik sorunlar ile ilişkili olduğu düşünülmektedir (Gormley, 2008). Mentör ve mentilerin bağlanma ilişkilerinin 4*4 olmak üzere 16 farklı kombinasyonda araştırıldığı bir araştırma henüz bulunmamaktadır.

Ancak, eş ilişkilerine bakıldığında kaygılı bağlanma tarzına sahip bireyler eşleri kendilerinin yardımına ihtiyaç duyduğunda alaycı ve küçümseyici ses tonu ile muhatap aldığı tespit edilmiştir (Shaver & Mickulincer, 2004). Başka bir araştırma bağlanma kaygısı olan bireylerin çok düşük düzeyli başa çıkma kapasitesi, düşük psikolojik dayanıklılık (resilience) ve ego-kontrol düzeyi ve daha çok davranışsal problemleri olduğunu göstermiştir (Cooper ve ark., 2004). Araştırmaların kaygılı bağlanma örüntüsünün muhataba aşırı bağımlılık ve ayrılığa aşırı hassasiyet ile ilişkili olduğundan dolayı, mentörlük ilişkisinde kaygılı mentörlerce cinsel, fiziksel ve psikolojik "sınırları korunması" etik bazı riskler oluşturabilir (Gormley, 2008). Veyahut, kaçınmacı bireylerin aşırı derecede kendine yaslanan ve destek aramakta zorlanan bireyler olduğu için olası bir mentörlük ilişkisinde mentiye ne kadar ilgi, destek ve anlamlı bir ilişki sunabilecekleri muammadır. Dezorganize bağlanmaya baktığımızda, bu bağlanma tarzı için 'korkulu' bağlanma da denilmektedir. Dezorganize bağlanmış çocuklar bir yandan 'güven' verirken bir yandan dengesizce 'korkutan' bağlanma nesnesine stres anında yaklaşma ve uzaklaşma arasında güvenli çocuklar gibi dengeli bir salınım yapamaz. Bu nedenle, yetişkin olduklarında da korkutucu ve dengesiz olabilmektedirler. Ayrıca dezorganize bağlanma psikopatoloji, travma ve yeni travmatik deneyimlere maruziyet anlamında bir risk faktörüdür. Bu nedenle, potansiyel mentörlerin aday havuzundan hiçbir eleyici seçime tabi tutulmadan seçilmesi çözümlenmemiş travmalar ile baş etmeye çalışan ve adı konulmamış psikopatolojilerden muzdarip ama zahirde 'normal' gibi gözükten kişilerden seçilmesi riskini barındırmaktadır. Bu da etkililik ve etik açısından çok büyük risktir.

Mentörlük ilişkisinde mentörler bir nevi bağlanma nesnesidir. Aynı zamanda, mentörlerin bu süreçte doğal olarak quasi-terapötik roller üstlenmesi gerekebilir (DuBois ve ark., 2011). Mentörler, tıpkı bebek-anne bağlanma ilişkisinde olduğu gibi kolayca değiştirilemez ve kaybedilince yas tutulur; yaşamak ve gelişimsel tekâmül için ihtiyaç duyulur; kaygıyı giderir ve güvenli bir zemin işlevi görür ve hatırı sayılır bir süre ilgi ve bakım verir. Mentörlük ilişkilerinde bakım, ilgi, sevgi, destek ve güven sağlamaktan ve en önemlisi 'bağ kurmaktan' sorumlu mentörlerin 'güvenli' bağlanma örüntüsüne

sahip kişilerden seçilmesi arzu edilen etkili mentörlük programları için oldukça hayatidir. ‘Bağ kurulan’ taraf olan mentiler geçmişte tecrübe ettikleri eksik, aşırı, kopmuş veya toksik bağları, mentörleri aracılığı ile gözden geçirme ve yeniden değerlendirme fırsatı bulabilir; güvensiz veya dezorganize olan iç dünya güvenli bir zemine veya organizasyona kavuşabilir.

Konu ile ilgili önemli bir başka husus ise, bağlanma ilişkilerinin hassas evresidir (sensitive period). Bağlanma ilişkilerinin formasyonu için doğumun akabindeki ilk 2-2,5 yıla tekabül eden zaman zarfı bağlanmanın hassas evresidir. Bu evrede ihmal, istismar veya kötü muamele nedeniyle olası herhangi bir gecikme veya mahrumiyet ‘kurt çocuk’ vakasından, ‘mahrumiyet cüceliğine’ (deprivation dwarfism) veya ölüme kadar varan vahim tablolarla sonuçlanabilmektedir. Nitekim, özellikle doğum akabindeki ‘strese duyarlı dönem’ (stress-hyporesponsive period) kabul edilen ilk iki haftada gerçekleşen ilişkisel stresin beyinde HPA ekseninin işleyişinde kalıcı aksaklıklar, adrenokortikal glukokortikoid salınımının azalması (Schmidt, 2019), atipik diurnal ve sirkadiyan ritim (Pajer ve ark., 2001) ve hafıza, bilişsel esneklik, dikkat becerileri ve mantık yürütme gibi işlevlerden sorumlu yönetici işlev bozuklukları (Nikulina ve Spatz-Widom, 2013) ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Hatta, travmatik tecrübeler sadece beyin işleyişini değil aynı zamanda beyni yapısal olarak olumsuz etkilemektedir. Bu yapısal bozukluklar sıklıkla hipokampus, amigdala ve prefrontal kortekste gözlemlenmektedir (Jung, Chang & Kim, 2016). Dezorganize bağlanma ile çok yakından ilişkili olan TSSB’de duyuşsal bilgi ile hatıra ve anlatıların (narration) bütünleştirilmesinden sorumlu anterior singulat ve orbitofrontal korteks, talamus, insula, Broka alanı, paryetal lob ve hipokampüsteki anormal işleyiş hakimdir. Ayrıca, TSSB medial pre-frontal kortekste dendritik atrofi ve amigdalada hipertrofiyle yakından ilişkilidir (Kolassa ve Elbert, 2007).

Bağlanma araştırmaları dezorganize/düzensiz bağlanmayla çocukluk çağı istismar öyküsü ve psikopatolojiler doğrudan bir ilişki olduğunu göstermiştir. Her iki ebeveyni çeşitli nedenlerle (ör. doğal afet, trafik kazası gibi) kaybetme, ebeveyn suç davranışı ve hapse girmesi, ebeveyn psikopatolojisi, ihmal, istismar ve kötü muamele mağduriyeti gibi nedenler çocuk ve ergenlerin kurum bakımına alınması ile sonuçlanmaktadır. Dolayısıyla, kurum bakımında kalan çocuk ve ergenlerin istismar veya ihmal olup olmamasından bağımsız olarak çok ciddi fiziksel gelişim problemleri olup (van IJzendoorn & Juffer, 2006) beraber ‘sevgi bağları kopmuştur’ (bonding break) (Ladnier & Massanari, 2000) ve dezorganize bağlanma tarzı vardır (Vorra ve ark., 2003; Dozier & Rutter, 2008; Genç & Pak, 2019). Nitekim ‘insanı öldürmeyen acı güçlendirir’ sözünden hareketle ‘ideal’ dozda travma/stress beyinde ‘dayanıklılığı’ yani ‘esnekliği’ teşvik etmektedir (Thiel, 2019). Araştırmalar, beynin hipokampal bölgesinde TSSB kaynaklı atrofilerin geri çekilebildiği ancak amigdal hipertrofilerin geri çekilmesinin zor olduğunu göstererek nöroplastisine adına umut ışığı yakmıştır (Kolassa & Elbert, 2007). Ancak, geri dönüşlerin zor olduğu amigdal bölgeyle ilgili bulgular travma sonrası iyileşmenin uzun soluklu bir süreç gerektirdiği şeklinde yorumlanabilir. Bu nedenle yakın ve anlamlı ilişkiyi önemseyen bağlanma-temelli mentörlük programlarının travma mağduru çocuk ve ergenlerine yönelik kapsamlı tedavilerin bir bileşeni olarak planlanması gençlerin

uzun vadeli psikolojik dayanıklılığına katkı sağlayabilir. Zaten araştırmalar mentörlük programlarını özellikle risk altındaki çocuklara kısa vadeli bir aktivite gibi sunmaktansa uzun vadeli bir süreç olarak dahil etmenin önemine işaret etmektedir (Smith ve ark., 2015). Bu sayede, kopmuş sevgi bağları yeniden bağlanarak nöroplastisitenin tesis edilmesi mümkün olabilir.

Kanıtı Dayalı ve Sürdürülebilir Mentörlük

Mentörlük Programlarını gencin özerklik kazanma ile eş zamanlı bağlanma ihtiyacını da karşılamaya yönelik ilişkileri bağlamında yapılandırmak önemlidir. Yetişkinlerin verdiği uygun tepkiler sayesinde ergenin sosyal becerileri gelişir ve olgunlaşır. Bu onun benlik algısını destekleyerek, özerklik ve bağlanma ihtiyaçlarını hem karşılaması hem de ikisi arasında bir denge kurmasını sağlar. Mentörlük Programları ilişkisel becerileri geliştirmeyi ve desteklemeyi hedefler. Yaşantısal ve sistematik olarak yapılandırılmış program içerikleri aracılığı ile kurulan bire-bir ilişkilerle hem sosyal becerileri pratik etme hem de geliştirme imkânı sunarak sunar. Güvenli alanda deneyimler kazandıran bu doğası itibarı ile ergenler için sorun alanı niteliği taşıyabilecek konularda Mentörlük Programları adeta bir sosyal laboratuvar işlevi görür. Ergenler bu şekilde topluma entegre olmuş, bireyler olma özelliği kazanırlar. Genç bir yandan özerk bir birey olma çabası içinde iken öte yandan bağlanma ihtiyacı arasında kalır. Aslında ergenlik dönemi ile ebeveynlerin temel görevi bu iki fenomen yani bir yandan bağımsızlık bir yandan bağlanma ihtiyacı arasında kalan ergenin ilişkilerindeki dengeyi hassas bir şekilde dengeleme becerisi ya da çabası olarak karşımıza çıkar (Santrock, 2011).

Ergenler özerklik kazanma ve kendi davranışları üzerinde kontrol sağlama becerilerini onların bu denetim isteklerine etraflarındaki yetişkinlerin verdiği yerinde ve uygun tepkiler aracılığı ile kazanırlar (Laursen & Collins, 2009). Ergen özerkliğini kazanmaya çalışırken tecrübeli bir yetişkin, onun yerinde karar verip davrandığı konularda kontrolü bırakabilir ancak öte yandan onun yeterli olmadığı alanlarda uygun kararlar verebilmesi için ona yol gösterir. Öyle ki Mentörlük Programları sayesinde ergenler yetişkinlerle aralarında geçen bu uygun ve yerinde etkileşimler sayesinde kendilerine güven kazanarak, zamanla yerinde kararlar verebilme becerisi edinirler (Santrock, 2011).

Mentörlük Programlarının aile sorunları olan çocuk ve ebeveynlerle de etkili sonuçlar verdiği bilinmektedir. Yeterli aile kontrolünün olmayışı çocuk suçları ile bağlantılı en önemli ebeveynlik faktörü olarak karşımıza çıkar (Santrock, 2011). Ebeveyn denetimi ve aile kontrolüne ilişkin yeni bir yaklaşım ergenin kendi isteği ile kendini açması isteğine odaklanmak olarak karşımıza çıkar. Eğer ebeveynleri kendilerine soru sorduğunda ergen ebeveyn ilişkisi kontekstinde güven, kabul ve pozitif bir ton varsa ergenler açılmaya ve paylaşmaya daha açık bir tutum sergilerler (Keijsers & Laird, 2010). İşte bu davranışların kazanımı Mentörlük Programlarının ilişkisel bağlamı içinde gerçekleşir.

YÖNTEM VE ANALİZ

Araştırmada genel olarak literatür taraması yöntemi benimsenmiştir. Bu yöntemle konu hakkındaki kavramsal ve kuramsal çerçevenin çizilmesi hedeflenmiştir. İlgili literatür ekseninde, özellikle mentör ve menti eşleştirme sürecinde bağlanma temelli bir yaklaşımın ve süregiden süpervizyon desteğinin etkili ve nitelikli bir mentörlük programı için önemi tartışılmıştır. Buna ek olarak, bağlanma temelli mentörlük programlarının sürdürülebilirliğinin garantörü olarak sistematik eğitim ve süpervizyon konusu vurgulanmıştır.

TARTIŞMA

Kanıtı dayalı bağlanma temelli sürdürülebilir mentörlük modelinde mentörlere süpervizyon hizmeti ile destek verilmesi kritik derece önemli bir konudur. Süpervizyon ruh sağlığı alanlarında hizmet vermek üzere eğitim alan kişilere verilen bir uygulamadır. Profesyonel bir sorumluluk olarak süpervizyon uygulamaları mesleki olarak bu hizmetlerinin icrasının daha kıdemli bir profesyonel tarafından daha az deneyimli olan bir profesyonele yine mesleğin icrasına ilişkin sunduğu bir müdahale şekli olarak tanımlanabilir. Süpervizyon, ruh sağlığı mesleklerinin “imza/marka pedagojisi” (signature pedagogy) olan mentörlük eğitim ve uygulamalarının temel bir bileşenidir (Goodyear, 2007). Özellikle de bağlanma özellikleri dikkate alınarak yapılandırılan mentörlük programlarının sürdürülebildiği açısından mentörlere süpervizyon desteği verilmesi ayrıca önemli bir yere sahiptir. Mentörlük programlarında süpervizyon süreci mentilere bireysel, sosyal ve akademik destek vermek üzere mentörlerin daha işlevsel olarak desteklenmesi gibi konuları kapsar.

Süpervizyonda profesyonel mentörlük ilişkisindeki (mentör ile menti arasındaki) gibi benzer rollere bürünmüş bir profesyonel ilişki dinamiği ve rehberlik görülür (Yıldız, 2021). Süpervizyon sürecinde süpervizör bir yandan mesleki rol ve sorumlulukları yerine getirirken bir yandan hem kendisi hem de mentör-menti ikilisi için psikolojik anlamda “öz bakım (self-care)” sağlar. Süpervizörler mentörlük sürecinde mentör-menti ikilisine bir nevi rol model olur (Borders, 2005).

Bağlanma perspektifinden bakıldığında süpervizyon hizmeti mentörlük programları için çok hayatidir. Çünkü bağlanma temelli yaklaşım mentörlük programlarının sunduğu yapıdan ziyade ilişkinin iyileştirici gücünü vurgulamaktadır. Nitekim, mentörlük ilişkisinde tarafların tecrübe ettikleri ilişkinin niteliğine dair algıları aslında bir mentörlük ilişkisinin etkililiğini belirleyen yegâne etmendir. Söz konusu ilişkide yakınlık (ör. karşılıklı ilgi, duygusal bağ), ilgi (ör. ortak ilgiler, ortak beklentiler, benzer bilişsel işleyiş.) ve güven ilişkinin niteliğini etkileyen en temel üç bileşendir ve nitekim araştırmalar bunu desteklemektedir (Gormley, 2008). Ancak bahsi geçen yakınlık, ilgi ve güven şeklinde belirtilen temel bileşenlerin sınırlarının nerede başlayacağı ve biteceği konusu tam olarak süpervizyon hizmeti ile çözülebilecek bir konudur. Çünkü bireylerin bağlanma örüntülerinin güvenli, güvensiz veya dezorganize oluşuna göre bu üç alanda verecekleri tepki ve davranışlar dramatik olarak farklılık gösterecektir. Özetle mentörlük ilişkisinde taraflardan birisinin güvensiz

bağlanma örüntüsünün varlığı veya buna dair ihtimal her türlü etik sorun ihtimalini ve süpervizyonu gündeme getirmeyi zorunlu kılmaktadır. Çünkü güvensiz bağlanma ikili ilişkide ya ‘bağlanma kaygısı’ ya da ‘bağlanma kaçınması’ olarak tezahür edecektir. Örneğin, güvensiz kaygılı bağlanma örüntüsüne sahip bireyler genel olarak aldıkları ilgiden tatmin olmayan, daha fazlasını talep edip muhatabı ile güvenli sınır çizmekte zorlanan ve sürekli yakınlık arayışı ihtiyacı içinde olan ve muhatabının onun ihtiyaçlarını karşılama gerektğini düşünen bireyler olarak tanımlanabilir.

Pistole ve Watkins (1995) kaygılı mentiler için şu özellikleri sıralamıştır: a) ihtiyaç dışı mükerrer yardım isteği, b) özerklik gerektiren durumlarda dahi mentörün yardımını isteme, c) stresin gereğinden fazla açık edilmesi, d) rahatlatılmaya çalışılmasına rağmen teselli bulamama, e) özel muamele beklentisi ve diğer mentileri kıskanma, f) mentörlerinden arzu ettikleri ilgiyi görüp göremeyeceklerini sürekli olarak merak etme ve bunun için maipülasyon, g) mentör olmadan hiçbir şeyi başaramama ve h) öfkelerini mentörlerinden saklama. Sonuç olarak, güvensiz kaygılı bağlanmış mentilerin işlevsel bir ilişki kurmaktan ve yapılandırıcı geri bildirim sunabilmekten oldukça mahrum bireyler oldukları söylenebilir. Güvensiz kaygılı bağlanma örüntüsü mentörlerde mentilerinin özerkliğini teşvik etmeme, mentinin gelişimini ve ilerlemesini tehdit olarak algılama (kayıp/ayrılık endişesi), mentileri ihtiyaçlarını karşılamak için birer kaynak olarak görme ve bunun sınırını çizemeyip cinsel birlikteliğe zorlama, muhatabının ihtiyaçlarına kör olma ve kendilerinden yardım talep edildiğinde muhatabı ile emredici ve küçümseyici ses tonu ile iletişim kurma görülebilir.

Mentörlükten bağımsız olarak, gündelik yaşamda vuku bulan ikili ilişkilerde bağlanma tarzlarının ideal anlamda eşlenik olması beklenmedik bir durumdur. Dolayısıyla, çatışma ve sınır aşmaları gündelik ilişkide beklendik bir durumdur. Ancak, bağlanma temelli gençlik mentörlük programları ister münferit ister başka psikolojik veya psikiyatrik tedavilerinin veya özel eğitim programlarını tamamlayıcı bir bileşeni olarak var olsun, ilişkinin sağaltıcı etkisi ile gençliğin pozitif gelişimini ve gençliğin azami faydasını hedeflediği için mentör-menti ilişkisinde çatışma ihtimalini asgari düzeye çekmeyi amaçlar. Bu nedenle, genel anlamda mentörlük programları özelde bağlanma temelli mentörlük programları açısından düşünüldüğünde süpervizyon desteği olmazsa olmazlardandır (Berger, Black & Routson, 2018; Logsdon, Samudre, Kleinert, & University of Kentucky, 2018). Süpervizyon bu çerçevede mentör-menti arasında kurulan ilişki sürecini destekleme ve değerlendirme imkânı sunar (Yıldız, 2020, 2021). Alanda daha az deneyimli bir profesyonele süpervizyon desteği ile uygulanan program dahilinde mentörler profesyonel olarak desteklenerek aslında onların mentilerle daha sağlıklı bir ilişki kurmaları ve bu ilişkiyi sürdürmeleri sağlanmaya çalışılır. Süpervizyon aracılığı ile mentörlükte acemi ya da az deneyimli olan adayların profesyonel becerilerini geliştirmek mümkün olur (Bernard & Goodyear, 2004). Özetle, mentörlerin eğitilip, standardize yöntemlerle takip edildiği ve süpervizyon hizmeti ile desteklendiği bir uygulamanın gerekliliği konusunda literatürde bir fikir birliği görülmektedir (Subaşı & Yıldız, 2020).

Etkili bir mentörlük programı eğitiminin içeriğinde yer alması gereken süreçler literatürde genişçe tartışılmaktadır. Bu süreçler hizmet öncesi, hizmet içi ve hizmet sonrası olmak üzere üç temel kategoride sıralanabilir. Söz konusu süreçler dahilinde potansiyel mentörler yapılandırılmış bir yöntem ile taranarak seçilmeli ve eğitilmelidir (Yıldız, 2021). Mentörlerin seçilmesi, mentiler ile eşleştirilmesi ve eğitimi akabinde süpervizyon konusu mentörlük programlarını zorunlu bir bileşeni olarak hizmet içi bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (DuBois ve ark., 2002). Bir mentörlük programının amacına ulaşmasında süpervizyon hizmeti yadsınamayacak derecede fazladır. Süpervizyon desteği ile yapılandırılmış bir mentörlük “hesapverebilirlik ilkesi” ile yürütülür. Mentörlük programlarının hedeflerine ulaşması, menti ve mentörün görüşme planının yapılandırılması, ebeveynlerin bilgisi dahilinde ilerlenmesi ve uzman kişilerce sürecin izlenmesi ve değerlendirilmesi konuları süpervizyon desteği ile mümkün olur (Hamilton ve Hamilton, 2005). Nitekim, DuBois ve arkadaşlarının (2002), 55 mentörlük programını içeren meta-analizinde mentörlük sistemiyle elde edilen sonuçların (ör. duygusal, davranışsal, sosyal, akademik, kariyer gelişimine ve istihdam) süpervizyon desteği ile daha güçlü olduğu ortaya konmuştur.

Süpervizyon menti ve mentör ilişkisindeki sınırları, güvenli alanı ve ikili ilişkileri (dual relationships) etik ilke ve profesyonel standartlar ile çeşitli düzenlemeleri esas almalıdır. Süpervizörün esas görevi, süpervizyon sürecinde “güvenli bir alan” oluşturmaktır. Öyle ki süpervizyon alan mentör zayıf yanlarını, tedirginliklerini, yetersizlik ve eksikliklerini, güvensizliklerini, karşı karşıya kaldığı zorlukları, fantezilerini ve karşıt aktarım ya da yansıtma kaynaklı tepkilerini tartışabilmeli ve güvende hissetmelidir. Süpervizyon sürecine dahil edilen mentör bu süreç yaşadığı öğrenme ve deneyimlemeleri sonucu bazen hata ve kusurları olduğunu fark edebilmeli ve bunlardan da öğrenebilmelidir. Değerlendirilmeye tabi olma ya da davranışlarının zaman zaman eleştirilmesi konusu kişide endişe yaratırsa bu onun daha az paylaşım yapmasına ve sonuç olarak bu süpervizyon sürecinden daha az yararlanmasına neden olacaktır. Güvenli bir süpervizyon ortamına ilişkin beklentiler, süpervizyon sürecinin başlangıcından itibaren açıkça ve gerektiğinde tartışılmalıdır. Mentörün süpervizörü ile açık konuşmaya çaba göstermesi ve gerektiğinde güvenilir farklı kişilerden de görüş alması faydalı olacaktır (Bernard & Goodyear, 2004; Barnett, 2000; Barnett ve ark., 2007).

Süpervizyon yaklaşımları teorik farklılıklar göstermektedir. Bu sebeple, sorunların yapılandırılışı, kullanılan teknikler ve süpervizyon ilişkisinin karmaşıklığına göre yöntemsel farklılıklar oluşabilir (Bernard & Goodyear, 2004; Borders, 2001; 2005). Bu süreçte emin olunmayan herhangi bir adımda, deneyimli ve güvenilen bir profesyonele danışılması en önemli husustur. Aksi takdirde faydalı olmayan bir süpervizyon ilişkisi mentörlük ilişkisinde mentinin ulaşması beklenen hedefleri açısından faydalı olmayacaktır (Barnett, 2000). Diğer bir konu ise mentör ve menti arasında olası cinsel ilişki veya mentinin cinsel istismarıdır. Mentörlüğün etik boyutu ile ilgili olan bu konu bağlanma ve kişilerarası ilişkiler çerçevesince geniş bir tartışmayı zorunlu kıldığından bu araştırmada detaylı bahsedilmemiştir. Ancak şunu belirtmek gerekir ki, süpervizyon hizmeti alan mentörlerin esas görevlerinden birisi mentörlük ilişkisi dahilindeki güvenli alanı öğretmektir. Bu sayede güvenli alan

tecrübesinin hayatın diğer alanlarında vuku bulan ikili ilişkilere güvenli bir şekilde genelleştirilebilmesinin önünü açmaktır. Böylece mentiler gelecekte olası riskli durumlara karşı mentörlük kapsamında tecrübe ettikleri güvenli ilişkiyi ‘güvenli zemin’ olarak kullanabilirler.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Mentörlük programlarının etkililiğine ilişkin araştırmalar ve uygulamalar neredeyse otuz yıl geçmesine rağmen hem uluslararası hem yerel düzeyde hala daha yeterli düzeyde değildir. Konu ile ilgili eldeki bilgileri destekleyen araştırmalar olmasına rağmen ya uygulamada karşılığı yetersiz veya Türkiye özelinde geçerliliği ve güvenilirliği test edilmemiştir. Ayrıca, mentörlük programları hakkındaki bilgilerin ve araştırmaların niceliksel artışına rağmen nitelikli ve etkili bir mentörlük programının nasıl olması gerektiği ile ilgili soru işaretleri hala daha mevcudiyetini korumaktadır. Son yıllarda bu soru işaretlerine bağlanma yaklaşımının çok ciddi bir çözüm niteliğinde olduğu fark edilmiştir. Mentörlük ilişkilerinde problem olarak bahsedilen sahalar bağlanma temelli bir yaklaşımla çözülebilir gözükmektedir. Bu yaklaşım mentör adaylarının eşlenecekleri menti adayları için bir nevi bağlanma nesnesi görevi gördüğünü ileri sürmektedir. Mentilerin mentörlük programı öncesine tekabül eden eşleştirme safhasında güvenli bağlanmış bireylerden seçilmesi fikri oldukça iddialı ve çözüm odaklı gözükmektedir. Böylesi bir yaklaşım mentilerin güvensizliklerini, korkularını, kaygılarını ve problemlerini kapsayabilen, psikoanalitik söylemle mentiden gelen beta elementlerini alfa elementlerine dönüştürerek bir nevi alfa işlevi (alpha functioning) (Bion, 1965) görebilen kişilerden seçilmesini önemser. Güvensiz bağlanma tarzına sahip mentör-menti eşleşmesinin sebep olacağı olası ilişkisel sorunları ve erken terminasyon riskini arttıracaklarını ön görmektedir.

Literatürde özellikle travma, istismar ve TSSB ile yakından ilişkili olan dezorganize bağlanma tarzına sahip bireylerin mentör olma riskini de en asgari düzeye düşürerek mentörlük ilişkisi için güvenli bir tampon görevi görür. Nitekim böylesi bir yaklaşım ilişki odaklı olup mentiyi ve onun barındırdığı bireysel ve çevresel risk faktörlerini belirli bir hedef ve gündemin önüne koyarak koşulsuz kabul sunması bakımından ayrıca güçlüdür. Bağlanma temelli yaklaşıma ek olarak mentörlük programı süresince mentörlere süpervizyon desteğinin sunulması tarafların etik sınırları bilmesi ve yeniden hatırlaması, mentör ve mentilerin iyilik hallerinin sürdürülmesi, ikili ilişkide her iki tarafında güvenli alanının sağlanması ve korunması, kriz yönetimi gibi nedenlerle oldukça hayatidir.

Bağlanma temelli bir mentörlük yaklaşımı bağlanma tarzlarına göre tarafların eşleştirilmesini önemseyerek kişiler arası etik sınırların çizilmesini teşvik eder (Gormley, 2008). Eşleştirme sürecinde güvenilirliği ve geçerliliği test ve teyit edilmiş ölçekler aracılığıyla mentör-menti ikilisine karar verilmesi mentörlük programlarını kanıta dayalı ve sürdürülebilir bir zemine oturtmayı amaçlar. Bu ölçeklerin kullanılması sadece bağlanma ilişkileri anlamında değil, mentörlük öncesi ve sonrası durumların (ör. psikopatoloji semptomları, öz-güven, öz-saygı, genel iyilik hali, akademik başarı, duygusal regülasyon, öz-regülasyon) tespit edilip kıyaslanabilmesi ve elde edilen pozitif veya negatif etkilerin ortaya bilimsel olarak konulabilmesini sağlar. Pek tabii, COVID-19 salgını nedeniyle

neredeysi iki yıldır uzaktan eğitime dahil olan ve daha yeni fiziksel eğitim hakkına erişmiş çocuk ve gençleri göz önünde bulunduralım. Bu noktada e-mentörlük programlarının gerekliliği detartışılmaya başlanmıştır. Mentörlük programları aracılığı ile toplumuzun genç bireyleri için vaat ettiği potansiyeli toplum nezdinde tam anlamıyla gösterebilmesi sadece araştırmacı ve uygulayıcıların çabası değil aynı zamanda yasa koyucuların, hak savunucuların, sivil toplum kuruluşlarının ve finansörlerin de desteği gereklidir. COVID-19 salgınının fiziksel olarak mesafeli ama sosyal olarak yakın olmayı zorunlu kıldığı; bankacılıktan eğitime hayatın her alanının uzaktan yönetildiği şu zaman zarfında e-mentörlük modeli çok ciddi bir imkân gibi gözükmektedir. E-mentörlük doğal bir ihtiyaç olan sosyalleşmeyi mümkün kılabileceği gibi telafi edici bir model olarak da işlev görebilir. E-mentörlük mekân ve ulaşım sorununu en aza indiren mentör ve mentinin buluşmasını kolaylaştıran bir modeldir. E-mentörlük modeli birebir mentörlük ilişkisi için uygun olabildiği gibi ‘grup mentörlüğü’ için de bir imkân gibi durmaktadır. E-mentörlük modelinde ihtiyaç duyulan iletişim ve etkileşim için bir yazılım ve süreçteki içeriğin kaydedilmesini sağlayan veri tabanıdır (Kuzu, Kahraman, ve Odabaşı, 2012). Onun dışında klasik mentörlük sürecinde yer alan tüm aşamalar çevrimiçi planlanır ve yürütülür.

KAYNAKÇA

- Ainsworth, M., & Bell, S. (1970). Attachment, exploration, and separation: illustrated by the behavior of one-year-olds in a strange situation. *Child Development*, 41, 49-67. <https://doi.org/10.2307/1127388>
- Barnett, J. E., Doll, B., Younggren, J. N., & Rubin, N. J. (2007). Clinical competence for practicing psychologists: clearly a work in progress. *Professional Psychology: Research and Practice*, 38(5), 510–517. <https://doi.org/10.1037/0735-7028.38.5.510>
- Barnett, J.E. (2000). The supervisee's checklist: Attending to ethical, legal, and clinical issues. *The Maryland Psychologist*, 46(1), 18-19. Erişim tarihi: 11.12.2022, https://nanopdf.com/download/ethical-and-legal-issues-in-supervision-essentials-for-supervisees_pdf
- Beltman, S. & MacCallum, J. (2006). Mentoring and the development of resilience: an Australian perspective. *International Journal of Mental Health Promotion*, 8, 1. <https://doi.org/10.1080/14623730.2006.9721898>
- Berger, J., Black, D.R., & Routson, S. (2018). 2018 revised NAPPP programmatic standards rubric. *Perspectives in Peer Programs*, 28(1), 18-59. Erişim tarihi: 01 04 2022, http://www.peerprogramprofessionals.org/uploads/3/4/7/4/34744081/persinpeerprogv28_1.pdf.
- Bernard, J. M., & Goodyear, R. K. (2004). *Fundamentals of clinical supervision*. Allyn & Bacon.
- Bernard, J.M. & Goodyear, R.K. (2019). *Fundamentals of clinical supervision* (6th ed.). Pearson.
- Borders, L. D. (2001). Counseling supervision: A deliberate educational process. D. C. Locke, J. E. Myers, & E. L. Herr (Ed.), *The handbook of counseling* (pp. 417-432). Sage Publications.
- Borders, L. D. (2005). Snapshot of clinical supervision in counseling and counselor education: A five-year review. *The Clinical Supervisor*, 24(1-2), 69-113. https://doi.org/10.1300/J001v24n01_05
- Britner, P. A. & Kraimer-Rickbay (2005). Abused and neglected youth. D. L. DuBois ve M. J. Karcher (Ed.), *Handbook of youth mentoring*. Sage Publications.
- Britner, P. A., Balcazar, F. E., Blechamn, E. A., Blinn-Pike, L. & Larose, S. (2006). Mentoring special youth. *Journal of Community Psychology*, 34(6), 747-763, <https://doi.org/10.1002/jcop.20127>
- Brook, J. S., Brook, D. W., Gordon, A. S., Whiteman, M., & Cohen, P. (1990). The psychosocial etiology of adolescent drug use: A family interactional approach. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 116(2), 111–267.
- Cooper, M. L., Albino, A. W., Orcutt, H. K., & Williams, N. (2004). Attachment styles and intrapersonal adjustment: A longitudinal study from adolescence into young adulthood. W. S. Rholes & J. A. Simpson (Ed.), *Adult attachment: theory, research, and clinical implications* (pp. 438–466). Guilford Publications.
- Curran, T., & Wexler, L. (2017). School-based positive youth development: A systematic review of the literature. *Journal of School Health*, 87(1), 71-80. <https://doi.org/10.1111/josh.12467>
- Doll, B. (2010). Positive school climate. Principal Leadership. Erişim tarihi: 10.06.2022 http://www.nasonline.org/resources/principals/School_ClimatePLDec10_ftsp.pdf.

- Dozier, M. & Rutter, M. (2008). Challenges to the development of attachment relationships faced by young children in foster and adoptive care. Childhood. J. Cassidy & P. R. Shaver, (Ed.) *Handbook of attachment: theory, research, and clinical applications* (pp. 698-744), The Guildford Press.
- DuBois, D. L., Holloway, B. E., Valentine, J. C., & Cooper, H. (2002). Effectiveness of mentoring programs for youth: a meta-analytic review. *American Journal of Community Psychology*, 30(2), 157–197. <https://doi.org/10.1023/A:1014628810714>
- DuBois, D. L., Portillo, N., Rhodes, J. E., Silverthorn, N., & Valentine, J. C. (2011). How effective are mentoring programs for youth? A systematic assessment of the evidence, *Psychological Science*, 12(2), 57-91. <https://doi.org/10.1177/1529100611414806>
- Felitti, V. J., Anda, R. F., Nordenberg, D., Williamson, D. F., Spitz, A. M., Edwards, V., Koss, M. P., & Marks, J. S. (1998). Relationship of childhood abuse and household dysfunction to many of the leading causes of death in adults: the adverse childhood experiences (ACE) Study. *American Journal of Preventive Medicine*, 14(4), 245–258. [https://doi.org/10.1016/S0749-3797\(98\)00017-8](https://doi.org/10.1016/S0749-3797(98)00017-8)
- Fenelon, F. de (1699). *The adventures of Telemaque* (çev. Y. K. Paşa). Öncü Kitapevi.
- Genç, Y., & Pak, M. (2019). Korunma ihtiyacı olan çocukların erken gelişim döneminde bakım elemanlarıyla kurdukları bağlanma ilişkisi, *Turkish Studies Social Sciences*, 14(3), 567-587, <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.22622>
- Germain, M. L. (2011). Formal mentoring relationships and attachment theory: implications for human resource development. *Human Resource Development Review*, 10(2), 123-150. Erişim tarihi: 01 12 2022, <https://eric.ed.gov/?id=EJ924450>
- Gerrity, E. & Folcarelli, C. (2008). *Child traumatic stress: what every policymaker should know*. National Center for Child Traumatic Stress. Erişim tarihi: 17 05 2022 https://www.nctsn.org/sites/default/files/resources/child_traumatic_stress_what_policymakers_should_know.pdf
- Gormley, B. (2008). Application of attachment theory: mentoring relationship dynamics and ethical concerns. *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 16(1), 45-62. <https://doi.org/10.1080/13611260701800975>
- Grossman, J. B. & Rhodes, J. E. (2002). The test of time: predictors and effects of duration in youth mentoring relationships. *American Journal of Community Psychology*, 30(2). <https://doi.org/10.1023/A:1014680827552>
- Güllülü, S. (1977). *Ahi birlikleri*. Ötüken Yayınevi.
- Hair, E.C., Moore, K. A., Garrett, S. B., Ling, T., & Cleveland, K. (2008). The continued importance of quality parent–adolescent relationships during late adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 18(1), 187–200. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2008.00556.x>
- Hamilton, J. C., & Spruill, J. (1999). Identifying and reducing risk factors related to trainee–client sexual misconduct. *Professional Psychology: Research and Practice*, 30(3), 318–327. <https://doi.org/10.1037/0735-7028.30.3.318>
- Hamilton, M. A., & Hamilton, S. F. (2005). Work and service-learning. D. L. DuBois & M. J. Karcher (Ed.), *Handbook of youth mentoring* (pp. 348–363), United States: Sage Publications

- Keijsers, L. & Laird, R. (2010). Introduction to special issue. Careful conversations: adolescents managing their parents' access to information. *Journal of Adolescence*, 33, 255-259. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2009.10.009>.
- Kolassa, I. T. & Elbert, T. (2007). Structural and functional neuroplasticity in relation to traumatic stress. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 321-325, <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00529.x>
- Kuzu, A., Kahraman, M. & Odabaşı, H. F. (2012). Mentörlükte yeni bir yaklaşım: e-mentörlük, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(4), ISSN: 1303-0876 / 2667-8683
- Ladnier, R. D. & Massanari, A. E. (2001). Treating adhd as attachment deficit hyperactivity disorder. T. M. Levy (Ed.), *Handbook of attachment interventions* (pp.27-65). Academic Press.
- Laursen, B., & Collins, W. A. (2009). Parent-child relationships during adolescence. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology: Contextual influences on adolescent development* (pp. 3–42). John Wiley & Sons, Inc. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002002>
- Lipsey, M.W. (1992). Juvenile delinquency treatment: A meta-analytic inquiry into the variability of effects. In T.D. Cook, H. Cooper, D.S. Cordray, H. Hartmann, L.V. Hedges, R.J. Light, et al. (Ed.), *Meta-analysis for explanation: A casebook* (pp.83–127). The Russell Sage Foundation.
- Listenbee, R., Torre, J., Boyle, G., Cooper, S., Deer, S., Durfee, D., ... Taguba, A. (2012). *Report of the attorney general's national task force on children exposed to violence*. Attorney General's National Task Force on Children Exposed to Violence. U.S. Department of Justice. Erişim Tarihi 17 05 2022, <http://www.justice.gov/defendingchildhood/cev-rpt-full.pdf>.
- Logsdon, P., Samudre, M., Kleinert, H., & University of Kentucky, H. D. I. (2018). A Qualitative Study of the Impact of Peer Networks and Peer Support Arrangements in Project Pilot Schools. Research Brief, Winter 2018. Human Development Institute. Erişim tarihi: 17 05 2022, <https://eric.ed.gov/?q=source%3A%22Human+Development+Institute%22&id=ED590603>
- Main, M., & Solomon, J. (1990). Procedures for Identifying Infants as Disorganized/Disoriented During the Ainsworth Strange Situation. M. T. Greenberg, D. Cicchetti, & E. M. Cummings (Ed.), *Attachment in the preschool years* (pp. 121– 160). University of Chicago Press
- McCoy, V., & Neale-McFall, C. (2017). Online site supervisor training in counselor education: Using your learning management system beyond the classroom to provide content for site supervisors. *Vistas Online*, 4, 1–6. Erişim tarihi: 23 03 2022 https://www.counseling.org/docs/default-source/vistas/online-site-supervisor-training.pdf?sfvrsn=6e9e4a2c_4
- McLain, G. E. (2019). Mentor academy for school counselors: A model plan. *Journal of Professional Counseling: Practice, Theory, & Research*, 46(1-2), 39-47. <https://doi.org/10.1080/15566382.2019.1671098>
- Nikulina, V., & Widom, C. S. (2013). Child maltreatment and executive functioning in middle adulthood: A prospective examination. *Neuropsychology*, 27(4), 417–427. <https://doi.org/10.1037/a0032811>
- Pajer, K., Gardner, W., Rubin, R. T., Perel, J., & Neal, S. (2001). Decreased cortisol levels in adolescent girls with conduct disorder. *Archives of General Psychiatry*, 58, 297–302. DOI: [10.1001/archpsyc.58.3.297](https://doi.org/10.1001/archpsyc.58.3.297)

- Pearson, B., & Piazza, N. (1997). Classification of dual relationships in the helping professions. *Counselor Education and Supervision*, 37(2), 89–99. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6978.1997.tb00535.x>
- Pistole, M. & Watkins, Jr. C. (1995). Attachment theory, counseling process, and supervision. *The Counseling Psychologist* 23(3), 457-478. <https://doi.org/10.1177/0011000095233004>
- QPR Institute (2019). QPR Training for Youth Guidelines: Policies and Procedures. Erişim tarihi: 20 10 2022, <https://qprinstitute.com/uploads/instructor/QPR-Training-for-Youth-Guidelines-2019.pdf>
- Rhodes, J. E., Grossman, J. B. & Resch, N. L. (2000). Agents of change: Pathways through which mentoring relationships influence adolescents' academic adjustment, *Child Development*, 71(6), 1662-1671. <https://doi.org/10.1111/1467-8624.00256>
- Rhodes, J. E. & Lowe, S. R. (2007). Youth mentoring and resilience: implications for practice, *ChildCare in Practice*, 14(1), 9-17. DOI:[10.1080/13575270701733666](https://doi.org/10.1080/13575270701733666)
- Rhodes, J. E. (2008). Improving youth mentoring interventions through research-based practice. *American Journal of Community Psychology*, 45, 35-42. <https://doi.org/10.1007/s10464-007-9153-9>
- Santrock, J. W. (2011). *Yaşam boyu gelişim: Gelişim psikolojisi*. (13. Basımdan çeviri). (G. Yüksel, Çev.). Nobel Yayınları
- Schmidt, M. V. (2019). Stress-hypo-responsive period. G. Fink (Ed.). *Stress: Physiology, biochemistry, and pathology: Handbook of stress Series*, 3, 49-56, Academic Press
- Şeker, M. (2001). İbn-i Battuta'ya göre Anadolu'nun sosyal, kültürel ve iktisadi hayatı ile ahilik. Hagem Yayınları.
- Sherry, P. (1991). Ethical issues in the conduct of supervision. *The Counseling Psychologist*, 19(4), 566–584. <https://doi.org/10.1177/0011000091194006>
- Shonkoff, J. P., Boyce, W. T., Levitt, P., Martinez, F. D., & McEwen, B. (2021). Leveraging the biology of adversity and resilience to transform pediatric practice. *Pediatrics*, 147(2), e20193845. <https://doi.org/10.1542/peds.2019-3845>
- Small, S. A. (2008). *What Works* (Bilgi Formu: Mentörlük). Wisconsin Üniversitesi–Madison/Extension-Ocak 2008: Wisconsin. Erişim Tarihi: 25 02 2022 https://fyi.extension.wisc.edu/whatworkswiscconsin/files/2014/04/factsheet_2mentoring.pdf
- Smith, C. A., Newman-Thomas, C., & Stormont, M. (2015). Long-term mentors' perceptions of building mentoring relationships with at-risk youth. *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 23(3), 248–267. <https://doi.org/10.1080/13611267.2015.1073566>
- Sroufe, L. A., & Waters, E. (1977). Attachment as an organizational construct. *Child Development*, 48(4), 1184–1199. <https://doi.org/10.2307/1128475>
- Subaşı, H. & Yıldız, N. G. (2020). Gençler için sistematik bir akran ilişki modeli olarak mentörlük. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(22), 32-50. Erişim tarihi: 11 12 2022, <https://dergipark.org.tr/en/pub/genclikarastirmalari/issue/59338/682762>
- The Academic, Social, and Emotional Learning Act of 2015 (H.R. 850) will expand the availability of educator training to help students learn social and emotional competencies. Erişim tarihi: 13 03 2022 <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/house-bill/850>

- The CDC Youth Risk Behavior Survey, 2019, CDC Vital Signs. Erişim tarihi: 03 13 2022, <https://www.cdc.gov/healthyyouth/data/yrbs/pdf/2019/su6901-H.pdf>
- Thiel, E. (2019). How to promote neuroplasticity following trauma. *Counselor Education Capstones*, 113.
- Turkish Statistical Institute (TurkStat) (2021). *Statistics on Child, 2020* (press release). Erişim tarihi: 19 03 2022, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Statistics-on-Child-2020-37228>
- van Ijzendoorn, M. H., & Juffer, F. (2006). The Emanuel Miller memorial lecture 2006: Adoption as intervention. meta-analytic evidence for massive catch-up and plasticity in physical, socio-emotional, and cognitive development. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 47(12), 1228-1245. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2006.01675.x>.
- Voight, A. & Nation, M. (2016). Practices for improving secondary school climate: A systematic review of the research Literature. *American Journal of Community Psychology*, 58, 174-191. DOI: [10.1002/ajcp.12074](https://doi.org/10.1002/ajcp.12074)
- Vorria, P., Papaligoura, Z., Dunn, J., van Ijzendoorn, M. H., Steele, H., Kontopoulou, A., & Sarafidou, Y. (2003). Early experiences and attachment relationships of Greek infants raised in residential group care. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 44(8), 1208-20. DOI: [10.1111/1469-7610.00202](https://doi.org/10.1111/1469-7610.00202)
- Weiler, L., Haddock, S., Zimmerman, T. S., Krafchick, J., Henry, K., & Rudisill, S. (2013). Benefits derived by college students from mentoring at-risk youth in a service-learning course, *American Journal of Community Psychology*, 52, 236-248. DOI: [10.1007/s10464-013-9589-z](https://doi.org/10.1007/s10464-013-9589-z)
- Yıldız, N. G. (2020). *Süpervizyon I ve II yüksek lisans ders notları*. İstanbul Medipol Üniversitesi
- Yıldız, N. G. (2021). Akran-danışmanlığı öğretim programı. A. Kızılkaya Namlı (Ed.). *"Eğitim ve bilim – 2021*. (pp. 43-58). Efe Akademi.

Geliş Tarihi:

26.08.2022

Kabul Tarihi:

07.12.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Rzayev, E., Fidan, Y., & Çetin. S. (2022). Azerbaycan lojistik sektörünün genel durumu ve geliştirilebilecek alanlar. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1581-1608. doi: 10.46928/iticusbe.1167059

AZERBAYCAN LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU VE GELİŞTİRİLEBİLECEK ALANLAR*

Teorik

Elnur Rzayev 

Sorumlu Yazar (Correspondence)


İstanbul Ticaret Üniversitesi

rzayevelnurr@gmail.com

Yahya Fidan 

İstanbul Ticaret Üniversitesi

yfidan@ticaret.edu.tr

Sabahattin Çetin 

Bartın Üniversitesi

scetin@bartin.edu.tr

Elnur Rzayev, İstanbul Ticaret Üniversitesi Lojistik Yönetimi Yüksek Lisans Öğrencisi.,

Yahya Fidan, İstanbul Ticaret Üniversitesi İşletme Fakültesi Öğretim Üyesi, Prof. Dr.,

Sabahattin Çetin, Bartın Üniversitesi İİBF, Doç. Dr.

* Bu çalışma Elnur Rzayev'in İstanbul Ticaret Üniversitesi, SBE, Lojistik Yönetimi Yüksek Lisans Programında, Prof. Dr. Yahya Fidan'ın danışmanlığında yapılan Dönem Projesi baz alınarak geliştirilmiş ve güncellenerek hazırlanmıştır.

AZERBAIJAN LOGISTICS SECTOR'S GENERAL STATUS AND DEVELOPABLE AREAS

Elnur Rzayev
rzayevelnurr@gmail.com
Yahya Fidan
yfidan@ticaret.edu.tr
Sabahattin Çetin
scetin@bartin.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın temel amacı, Azerbaycan'ın lojistik sektörünün mevcut durumunun ortaya konulması ve sektörün gelişebilmesi için neler yapabileceğinin belirlenmesidir.

Yaklaşım: Çalışma tür olarak nitel bir çalışmadır. Azerbaycan'ın lojistik gelişimi ile ilgili farklı ikincil kaynaklar kullanılarak Azerbaycan'daki lojistik sektörünün gelişimine dönük yapılmış ve yapılacak çalışmalar ele alınmıştır.

Bulgular: Azerbaycan çok önemli bir jeopolitik ticaret kavşağında yer almaktadır. Ülke Kuzey-Güney ve Doğu-Batı ticaret yolu üzerinde yer almaktadır. Ayrıca ülkenin petrol ve doğalgaz üreticisi olması, söz konusu ülkenin dünyadaki önemini daha da artırmaktadır. Bu nedenle lojistik sektörünün ülkede gelişmesi ve bu sektöre büyük yatırımlar yapılması kaçınılmazdır. Yapılan çalışma sonucunda ülkedeki lojistik sektörünün geliştirilmesine dönük çok sayıda projenin hayata geçirildiği ve planlandığı görülmektedir. Uluslararası ticaretin artmasıyla beraber yapılacak olan projelerde uluslararası ticareti kolaylaştıracak konuların da ele alınması sektörün daha hızlı gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Özgünlük: Çalışmada Azerbaycan'daki lojistik sektörünün gelişimi ve lojistik sektörünü etkileyen çalışmalar bütüncül olarak ele alınmıştır. Yapılmış çalışmalar ve planlanan projeler gerekçeleri ile birlikte ele alınarak Azerbaycan'ın lojistik sektörünün gelişimi, gelecekte yapılması gerekenler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Tedarik Zinciri ve Lojistik Yönetim, Azerbaycan'ın Lojistik Statüsü

JEL Sınıflandırması: N75, N85, R40

GENERAL STATUS OF AZERBAIJAN LOGISTICS SECTOR AND AREAS THAT CAN BE IMPROVED

Abstract

Purpose: The main purpose of this study is to reveal the current situation of the logistics sector of Azerbaijan and to determine what can be done for the development of the sector.

Approach: The study is a qualitative study as a type. Using different secondary sources related to the logistics development of Azerbaijan, the development of the logistics sector in Azerbaijan has been made and the studies to be done are discussed.

Findings: Azerbaijan is located at a very important geopolitical trade crossroads. The country is located on the North-South and East-West trade routes. In addition, the fact that the country is an oil and natural gas producer increases the importance of the country in question in the world. For this reason, it is inevitable for the logistics sector to develop in the country and to make large investments in this sector. As a result of the study, it is seen that many projects for the development of the logistics sector in the country have been implemented and planned. Addressing issues that will facilitate international trade in the projects to be carried out with the increase in international trade will contribute to the faster development of the sector.

Originality: In the study, the development of the logistics sector in Azerbaijan and the studies affecting the logistics sector are handled holistically. The development of the logistics sector of Azerbaijan and what needs to be done in the future have been tried to be revealed by considering the studies and planned projects together with their reasons.

Keywords: Logistics, Supply Chain and Logistics Management, Logistics Status of Azerbaijan

JEL Classification: N75, N85, R40

GİRİŞ

Dünya ticaret yollarının karmaşıklığı nedeniyle hemen her gün ulaşım sistemi gelişip çeşitlenmekte, teknolojik altyapı iyileşmekte, hız, iletişim ve kaliteli trafik hacmi artmaktadır. Bu gelişmeler tüm ülkeleri etkilemekte ve küreselleşmeyi karşı konulmaz bir hale getirmektedir. Bu ivmeye uyum sağlayan işletme ve ülkeler kazançlı çıkmakta, uyum sağlayamayanlar ise yok olup gitmektedirler.

Dünya ticaretinin gelişmesiyle birlikte lojistik sektörü de gelişmektedir. Lojistik merkezler bu çözümlerin bir parçasıdır. Lojistik merkezler hem lojistik hareketin kontrolünü sağlayan hem de lojistikle ilgili faaliyetleri kolaylaştıran stratejik bir odak noktasıdır. Lojistik merkezler, farklı taşıma türlerine sahip belirli yerlerdir ve lojistikle ilgili tüm faaliyetler ulusal ve uluslararası düzeyde farklı operatörler tarafından yürütülür.

Azerbaycan'ın coğrafi konumu nedeniyle tarihi İpek Yolu gibi önemli ticaret yolları üzerinde yer almaktadır. Ayrıca yeraltı kaynakları, madencilik, depolama ve dağıtım açısından Sovyetler Birliği'nden devralınan önemli lojistik sistemlere sahiptir. Sovyetler Birliği'nin ani çöküşü tüm Türk cumhuriyetlerinde olduğu gibi Azerbaycan'da da ekonomik, sosyal ve siyasi alanda birçok soruna neden olmuştur. Bu sorunlar diğer sektörler gibi lojistik sektörünü de etkilemiştir. Kısa zamanda kendini toparlayan Azerbaycan Cumhuriyeti, üstünlüklerini geleceği karşılayacak fırsatlara çevirme yolunda önemli oyunculardan birisi olarak stratejik önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Azerbaycan lojistik sektörünün mevcut durumunun ortaya konulması ve sektörün gelişebilmesi için neler yapabileceğinin belirlenmesidir. Azerbaycan çok önemli bir jeopolitik ticaret kavşağında yer almaktadır. Ülke Kuzey-Güney ve Doğu-Batı ticaret yolu üzerinde yer almaktadır. Ayrıca ülkenin petrol ve doğalgaz üreticisi olması, söz konusu ülkenin dünyadaki önemini daha da artırmaktadır. Bu nedenle lojistik sektörünün ülkede gelişmesi ve bu sektöre büyük yatırımlar yapılması kaçınılmazdır. Yapılan çalışma sonucunda ülkedeki lojistik sektörünün geliştirilmesine dönük çok sayıda projenin hayata geçirildiği ve planlandığı görülmektedir. Uluslararası ticaretin artmasıyla beraber yapılacak olan projelerde uluslararası ticareti kolaylaştıracak konuların da ele alınması sektörün daha hızlı gelişmesine katkı sağlayacaktır. Rusya – Ukrayna savaşı nedeniyle AB ülkelerinin yaptırımları, Rusya'nın bu yaptırımlara karşılık olarak enerji gücünü kullanması sebebiyle tüm dünyada oluşan enerji krizi Azerbaycan'ın önemini daha da artırmıştır. Bu kapsamda yapılacak stratejik yatırımların Ülkenin gücüne güç katacağı açıktır. Çalışma ile Azerbaycan'ın nasıl bir lojistik üs haline gelebileceğine dönük öneriler geliştirilmiştir.

LOJİSTİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Lojistik Kavramı

Lojistiğin geniş bir alanı kapsamaması, farklı bilim dallarını konu ile ilgili ayrıntılı araştırma ve farklı lojistik tanımlamalar yapmaya yönlendirmiştir. Kavrama ilişkin yapılan farklı açıklamalar ise lojistik kavramının daha geniş açıdan ele alınmasına olanak sağlamaktadır (Orhan, 2003: 7). Lojistik kelimesi, "hesap yapma bilimi" veya "hesapta beceri" anlamına gelen Yunanca "Logosticos" kelimesinden türemiştir ve bu anlam ilk olarak askeri alanda kullanılmıştır. Askeri anlamda lojistik kavramı, askeri üslere gerekli ikmal kalemleri ile destek hizmetlerinin sağlanması için yürütülen faaliyetler anlamına gelmektedir (Güven, 2011: 75).

Christopher (2011: 2) lojistik kavramını “üretim için gerekli girdinin tedarik, nakliye ve depolama süreçlerinin stratejik yönetiminin ve bunların bilgi akışının hem iş içinde hem de dağıtım kanalında gerçekleştirilmesi ve sağlanması” olarak tanımlamaktadır. Lojistik, doğru ürün/hizmeti, doğru hacimde, doğru koşullarda, doğru yere, doğru zamanda, doğru tüketiciye ve doğru fiyatla sunmaktır. Bu tanımda müşterinin istek ve ihtiyaçları önemlidir. Çünkü lojistik, müşteri memnuniyeti için çok önemlidir. Burada vurgulanması gereken bir diğer önemli unsur, operasyonun tüm aşamalarında maksimum kalitenin sağlanmasıdır (Orhan, 2003: 8). Genel olarak değerlendirildiğinde lojistik iş dünyası için hayat demektir. Ticari hayatın devam edebilmesi ve gelişerek ekonomiye katkı yapabilmesi lojistiğe bağlıdır.

Avrupa Lojistik Birliği (European Logistics Association) tarafından yapılan tanıma göre lojistik; insanların veya malzemelerin faaliyet ve yerleştirilmelerinin ve bu tip faaliyet ve yerleştirilmelerle ilgili destek etkinliklerinin, belirli amaçlara ulaşmak üzere organize olmuş bir sistem dahilinde planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesidir (Empowering Logistic, 2016). Tedarik Zinciri Yönetimi Uzmanları Konseyi (CSMP) tarafından tanımlanan lojistik; hizmetler de dahil olmak üzere tüm ürün ve bilgilerin, müşterinin ihtiyaçlarına göre çıkış noktasından varış noktasına kadar verimli ve etkili bir şekilde taşınması ve depolanması için gerekli prosedürlerin planlanması, uygulanması ve doğrulanması sürecidir (USAID, 2011: 1). Sürecin etkin olarak tasarlanıp uygulanması katkı oranını artırmaktadır.

Lojistiğin temel amacı, maksimum müşteri hizmeti oluşturmak ve kaynakların optimal kullanımı ile rekabet avantajı sağlamaktır. Bu noktadan hareketle lojistiğin doğasında tahmin, planlama, organize etme, koordine etme ve kontrol etme unsurlarının olduğu söylenebilir. Lojistik sektöründe işletmelerin temel amacı, örgütlerin rekabetçi olabilmesidir. İşletmenin rekabet ortamında ayakta kalabilmesi için kalite, vakit, fiyat ve hizmet gibi faktörler rekabetçi unsurlara karşı dayanıklı hale getirmektir (Tanyaş ve Paksoy, 2012: 24). Bu anlamda gerek işletmeler gerekse hükümetler, lojistiğin ekonomileri için taşıdığı önemin farkında olmalı, rekabetin karşılanabilmesi için fırsatlar ve kaynakları arasındaki bağlantıyı kendi faydalarına yönetmelidirler.

Lojistik Yönetimi

Lojistik kavramının iç içe olduğu önemli kavramlardan biri de lojistik yönetimidir. Küreselleşme sonucu şirketlerin çokuluslu pazarlarda yer alması lojistik yönetiminin önemini artırmıştır (Eker, 2006: 4). Lojistik yönetimi, Tedarik Zinciri Yönetimi Uzmanları Konseyi lojistik yönetimini, ürünlerin, hizmetlerin ve ilgili bilgilerin çıkış noktası ile çıkış noktası arasındaki akışı olarak tanımlamaktadır. Müşteriyi memnun etmek için tüketim tedarik zincirinin süreç aşaması, deponun verimli ve etkili bir şekilde planlanmasını, uygulanmasını ve kontrol edilmesini içerir (MEGEP, 2011: 7). Lojistik yönetiminin, bir ülkenin rekabet gücünü belirleyen faktör olduğu söylenebilir. Çünkü lojistik yönetimi üretim süreçlerinde ve ihracatın tesliminde önemli işlev görmektedir (Şen, 2014: 88). İnsan vücudu için damarlar ve sağlıklı bir kan akışının önemi ne ise ülkelerin ekonomik gelişimleri için lojistiğin sağlıklı çalışması da budur denilebilir.

Lojistik Merkez

Lojistik merkezler çok çeşitli lojistik süreç ve fonksiyonların gerçekleştirildiği geniş alanlardır. Bu kavram, mal ve hizmet üretimi dışında bunlarla ilişkili tüm hizmet süreçlerini içeren “lojistik” ile belirli bir faaliyetin yoğunlaştığı yeri ifade eden “merkez” kavramlarının birleşimini içermektedir (Hamzeh vd., 2007: 183). Lojistik merkezler, bünyesinde nakliye firmaları, yükletenler, gümrük işlemleri gibi nakliye işlevlerini kapsayan, içerisinde bağımsız işletme ve kurumlar olan, depolama, bakım ve tamir gibi destek hizmetlerin de sağlandığı alanlar olarak adlandırılmaktadır (Akandere, 2016: 44-45).

Lojistik merkezler hem yurtiçinde hem bölgesel hem de uluslararası alanda birçok avantaj sunmaktadır. Lojistik merkezlerde çeşitli sektörlerden işletmelerin lojistik operasyonlarını ölçek ekonomisi altında yürütmeleri onlara ciddi kazançlar sağlamaktadır. Bunların tek bir merkezde çalışması şirket ve müşteriler için süreçleri daha kolay ve sağlıklı hale getirmektedir (Aydın ve Öğüt, 2008: 7). Böylelikle ciddi bir sinerji ortaya çıkmakta, bu durum da ülkelerin lojistik performans endekslerine olumlu katkı yaparak rekabet güçlerini artırmaktadır. Yapılan yatırımların miktarının bir birimlik artışının bölge ve ülke kalkınmasına yaptığı katma değerli artışı da ancak sinerjinin gücüyle ifade edilebilir. Lojistik merkezler bu gücü ilave bir çarpan etkisiyle artırmaktadır.

Lojistik merkezlerin sağladığı faydalar şu şekilde özetlenebilir:

1. Maliyetlerin azaltılmasına neden olmaktadır: Bu faaliyetler sonucu işletmelerin yatırım maliyetleri düşer, taşıma, stok ve depolama maliyetleri azalır, ortak kullanım sonucu işletme genel maliyetlerinde azalma görülür.
2. Hizmet kalitesinin yükselmesine katkıda bulunur: Gerekli alt yapının oluşturulması modlararası taşımacılığa imkanlar sağlar, entegre iş sürecinden dolayı gerekli işlerde azalma görülür, teknoloji kullanımı ile hız ve verimlilikte artış sağlanır ve ilave hizmetler tek elden yürütülür. Sonuç olarak bu da hizmet kalitesinin artmasına neden olur (Tanyaş ve Hazır, 2011: 201).

3. Lojistik merkezler toplumsal fayda üretir: Öncelikle büyük şehirlerde trafik yoğunluğunu azaltmakta ve çevrenin korunmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca lojistik merkezler oluşturuldukları bölgelerin ticari potansiyel ve ekonomik gelişimine büyük katkı sağlamaktadırlar. Bölgede iş yapan işletmelerin rekabet güçlerini artırarak, bu işletmelerin ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğünü kurlmalarına yardımcı olurlar (Bay ve Erol, 2016: 126).

Görüleceği gibi bu yararların her biri lojistik performans endeksini olumlu olarak etkileyip ülkenin gelişmesine katkı yapmaktadır.

AZERBAIJAN'IN LOJİSTİK POTANSİYELİ

Azerbaycan Tarihinde Lojistik

Azerbaycan coğrafi olarak %60 dağlık %40 düzlük araziye sahiptir. Ülkenin birçok önemli ticari yolların üzerinde yer almasından dolayı, geçmişten günümüze kadar bölgede lojistik sektörü her zaman çok önemli olmuş ve gelişmiştir (Məmmədov, 2007: 53). Bu durum coğrafyanın ülkelere sunduğu üstünlüklere güzel bir örnektir.

Azerbaycan tarihinin lojistik alanındaki en büyük gelişmelerinden biri, "Büyük İpek Yolu"nun faaliyete geçmesiyle gerçekleşmiştir. Büyük İpek Yolu, antik ve orta çağda Çin'den Orta ve Ön Asya ülkelerine giden kervan yolu olarak tanımlanmaktadır. Bu tarihi ticaret yolu Çin, Japonya, Hindistan, Moğolistan, İran, Özbekistan, Tacikistan, Azerbaycan, Türkiye ve diğer ülkelerden geçmiştir (wikipedia, 2022).



Şekil 1: Büyük İpek Yolu

Kaynak: Sondevir (2015)

Azerbaycan'da modern bir ulaşım sisteminin oluşturulması ülkedeki petrol endüstrisinin hızlı gelişimi ile bağlantılıdır. Bu gelişme genellikle 19. yüzyılın son zamanlarına ve 20. yüzyılın başlangıç dönemine denk gelir. Demiryolu taşımacılığı, bu ulaşım sisteminin oluşumunda büyük önem taşır. 1880 yılında Bakü-Balakani-Sabunçu arasında petrol sahalarını birbirine bağlayan 25 km uzunluğunda bir demiryolu kurulmuştur. Aynı zamanda Tiflis ile Bakü arasındaki demiryolu hattı 1883 yılında faaliyete başlamıştır. Bu demiryolunun önemli özelliği ise Güney Kafkasya demiryolunun bir hissesi olması ve onunla petrol ve petrol ürünleri ile diğer mallar ve yolcuların da taşınmasıdır (wikipedia, 2022).

Bu yıllarda Hazar Denizi'ndeki deniz trafiği gelişmeleri de diğer önemli gelişmelerdir. Bakü limanı Hazar Denizi'ndeki en eski limandır ve Azerbaycan devlet tarihinin birçok döneminde varlığını sürdürmüştür. Bakü limanı yüzyıllar boyunca Kuzey Avrupa ile Rusya'yı birbirine bağlayan Kuzey-Güney nakliye koridoru üzerinde yer almıştır.

Bakü'nün bu dönemde yükselişinin yanı sıra güneyde Lenkeran ve Astara gibi sahilboyu uzanan şehirlerde de gemi taşımacılığının gelişimi görülmüştür. Aynı zamanda Kür nehrinin aşağı akarlarında da gemiler vasıtasıyla yük taşımacılıkları yapılmaktaydı.

Azerbaycan`da Taşımacılık Çeşitleri

Genel olarak, tüm bölgenin ulaşım altyapısı Sovyet döneminde oluşturulmuştur. 1990'larda Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, entegre bir şekilde oluşturulan altyapıda büyük aksaklıklar meydana gelmiştir. Koordinasyon ve entegre planlama eksikliği nedeniyle karayolu, demiryolu ve hava ağları potansiyel etkinliğini yitirmiştir. Ancak başta Azerbaycan olmak üzere bölgenin ulaşım altyapısı, kamu ve dış yatırımlar sayesinde yeniden inşa edilmiştir (Asian Development Bank, 2009: 6). Modlar hakkında kısa kısa bilgi vermek uygun olacaktır:

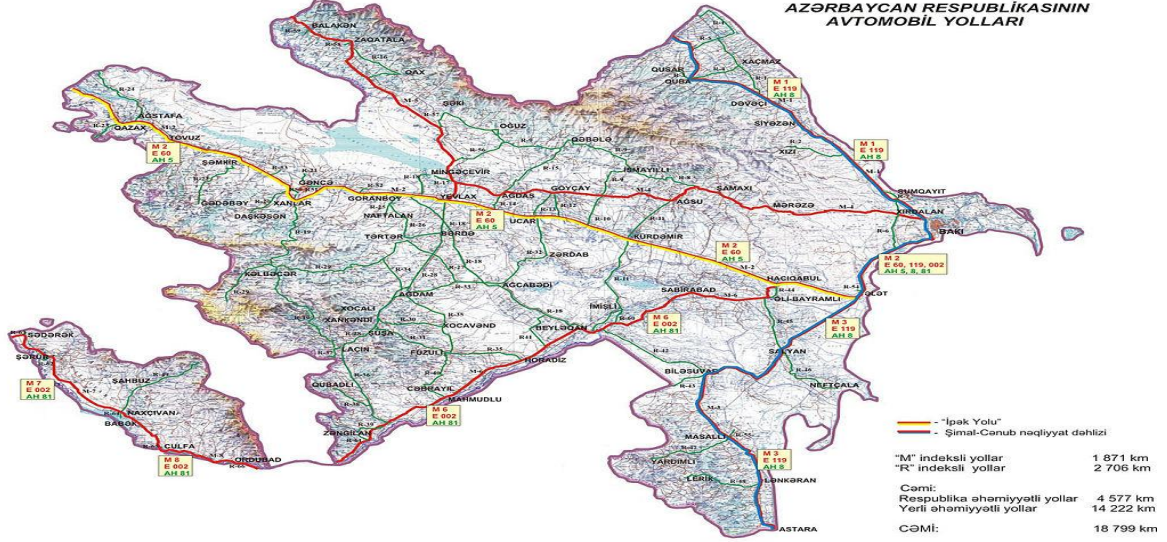
Karayolu Taşımacılığı

Güney Kafkasya'da bulunan Azerbaycan`nın genel olarak karayollarının genel uzunluğu 29.000 km'dir. Bu otoyolların tahmini olarak 4.577 km'si büyük ulusal yollar, 1.915 km'si uluslararası yollar, 14.222 km'si ise küçük yerli yollar olarak ayrılmaktadır.

Ülkede uluslararası taşımacılık için başlıca karayolları olarak kuzeyden Bakü'yü Rusya ile, güneyden ise İran ile bağlayan kuzey-güney hattı vardır. Diğer çok önemli hat ise Gence ve Gazah şehirlerini Alat ile bağlayan doğu-batı yönündeki hattır. Her iki hat çok önemli uluslararası taşımacılık işlemlerinin gerçekleştirildiği otoyollardır. Her iki karayolun uzunluğu yaklaşık 500 km'dir.

Şekil 2'de görüldüğü gibi Azerbaycan`ın Özerk Cumhuriyeti olan Nahçıvan`ın Türkiye`ye uzanan dar bir şerit halinde, Azerbaycan`dan ayrı bir yol bağlantısı vardır. Ermenistan- Azerbaycan çatışması nedeniyle Azerbaycan ve Ermenistan arasındaki ulaşım bağlantıları ve Ermenistan üzerinden Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti`ne olan ulaşım bağlantıları işgal süresince işlevsiz kalmış, günümüzde etkinliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalar hızla devam etmektedir. İşgal döneminde Nahçıvan`a

karayolu ulaşımı ancak güneyden İran üzerinden sağlanmıştır. Burada çok önemli bir husus ise Ermenistan tarafından işgal edilen Azerbaycan topraklarında yaklaşık 4.500 km`lik Azerbaycan ulusal karayolu ve 240 km`lik demiryolu izi vardır. Bu rotaların büyük çoğunluğu savaş zamanı tahrip edilmiş ve şimdi kullanılmak için yeniden yapılmaya başlanmıştır (<http://mot.gov.az/>, 2022).



Şekil 2: Azerbaycan`nın Karayolu şebekesi

Kaynak: wikipedia (2022)

Genel olarak, karayolu yük taşımacılığı durumu 2000 yılından bu yana istikrarlı bir şekilde büyümüştür. Azerbaycan Ulusal İstatistik Enstitüsü tarafından sağlanan verilere göre, 2000 yılında taşınan yük hacmi 40.434 ton olmuştur. Bu hacim her yıl hızla değişmekte olup, 2010 yılında 99.891 ton ve 2015 yılında 137.606 tona ulaşmıştır. Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi tarafından açıklanan verilere göre, 2022 yılı Ocak-Mart döneminde Avrupa-Kafkasya-Asya Ulaşım Koridoru'nun (TRACECA) Azerbaycan kısmında taşınan yüklerin hacmi 10.858,3 bin ton olmuş ve 2021 yılının aynı dönemine kıyasla %6,7 oranında artış kaydedilmiştir. Yüklerin 6.115,1 bin tonu (%56,3) karayolu ile, 3.507,0 bin tonu (%32,3) demiryolu ile, 1.236,2 bin tonu (%11,4) deniz yolu ile taşınmıştır. Söz konusu ulaşım koridoru ile taşınan yüklerin %23,8'i veya 2.585,3 bin tonu transit yükler olmuştur (Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, 2022).

Azerbaycan hükümeti, karayolu yük taşımacılığının genel durumunu göz önünde bulundurarak, 2000 yılı itibariyle ülke genelinde ulusal ve uluslararası karayollarından transit mal akışının uzun vadeli sürdürülebilirliğini sağlamak istemektedir. Bunu başarmak için Doğu-Batı ve Kuzey-Güney yönlerinde özel olarak inşa edilmiş yollar ve otoyollar en yüksek uluslararası standardı karşılamalıdır. Yol ve otoyol bakımı için merkezi bir yaklaşım yoktur. Gelecekte bazı otoyollarda ücret toplama sistemlerinin kurulmasını dikkate almanın yanı sıra, hükümet ülke çapındaki tüm ana yolların ve otoyolların bakımını denetlemesi önem arz etmektedir (Ziyadov, 2012: 26).

Demiryolu Taşımacılığı

Azerbaycan'da 2.932 km'lik demiryolu hattı bulunmaktadır ve bu hattın şu anda 2,117 km'si kullanılmaktadır. Bu hattın çoğunlukla kuzey (Bakü-Yalama) ve batı (Bakü-Boyuk Kesik) yönlerindeki 815 km'lik kısımlarında çift raylı demiryolu bulunmaktadır. Ayrıca demiryollarının yaklaşık %60'ı (1.272 km) elektrikli hat olmakta ve bunlar çoğunlukla uluslararası koridorlarda taşıma işlemi yapmaktadır. Yük taşımacılığı için kullanılabilen 121 demiryolu istasyonundan en az üçü (Gence, Keshla ve Khirdalan) büyük konteynerleri depolama ve idare etme kapasitesine sahiptir. Bakü limanı ise konteynerlerin işlenebileceği bir demiryolu erişim noktasına da sahiptir (Azerbaycan Demir Yolları, 2017). Kullanım dışı olan yaklaşık 815 km demiryolunun hızlı bir şekilde modernize edilerek sisteme kazandırılması büyük önem taşımaktadır.

Azerbaycan'da demiryolları ismi "Azerbaycan Devlet Demiryolları" (ADDY) olarak bilinen devlet kurumu tarafından işletilmekte ve kontrol edilmektedir. Demiryolu her geçen yıl hem yük taşınması hem de yolcu taşınması açısından artış göstermektedir. Yüklerin taşınmasında önemli payı petrol ve petrol ürünleri almaktadır (Asian Development Bank, 2009: 11).

Ülkenin bağımsızlığından sonra demiryolu altyapısı kötü durumdaydı. Demiryolları hatları, yük hizmetlerinde 80 km/s'ye kadar ve yolcu hizmetlerinde 100 km/s'ye kadar hızlarda kullanılmak üzere inşa edilmiştir. Ancak mevcut koşullar, bazı yerlerde hız limitinin düşürülmesine neden olmaktadır. Sonuç olarak, bu durum demiryolunu verimsiz ve önemli güvenlik risklerini ortaya koymaktadır. Bu sorunları göz önünde bulunduran devlet yetkilileri demiryollarının gelişimi için yeni bir "Devlet Programı" hazırlamışlardır. Cumhurbaşkanı İlham Aliyev 6 Temmuz 2010 yılında "Azerbaycan Cumhuriyeti'nde demiryolu ulaşım sisteminin 2010-2014 yıllarında gelişimine dair Devlet Programı"nın onaylanması hakkında kararname imzalamıştır. Program bu alanın gelişmesini sağlayacak en önemli belgedir. Programda Azerbaycan demiryolu ulaşımının hızlı gelişimini sağlayan tüm hususlar ifade edilmiştir. Vagon ve lokomotif parkının yenilenmesi, yol, elektrik donanımı, iletişim vb. sahaların esaslı onarımı, doğru akımdan değişken akıma geçiş, teknik araçların modernizasyonu ve diğer önemli görevler Devlet Programı'nın uygulanması Eylem Planı'nda yer almıştır.

Devlet programının temel amacı, nüfusun ve ekonominin artan ulaşım hizmetleri ihtiyaçlarını ve devletin savunma ihtiyaçlarını karşılamak, Azerbaycan'ın denizcilik potansiyelini artırmak, demiryolu taşımacılığı hizmetlerinin kalitesini iyileştirmek, Azerbaycan'da ulaşım maliyetlerini azaltmaktır. Yolcu ve yük taşımacılığı ile ülkenin sosyo-ekonomik verimliliğinin sağlanması, ülkenin kalkınmasına katkıda bulunulması (Azerbaycan Demir Yolları, 2017) önemli bir stratejik amaçtır. Ayrıca bu program ülkenin demiryolu sistemini uluslararası standartlara ulaştıracaktır. Bunun üzerine TRACECA ve NSTC hatlarının rayları modernize edilip geliştirileceği (Asian Development Bank, 2009: 7) yetkili makamlar tarafından ifade edilmektedir.

2005-2015 yılları arasında Azerbaycan'da demiryolu yük taşımacılığının genel istatistik değerlerine göre, karayolu taşımacılığından farklı olarak, buradaki değerlerde sürekli artan bir gelişme yoktur.

2006 ve 2007 yıllarında en büyük değerini alan demiryolu yük taşımacılığında sırasıyla 26.522 ve 27.432 bin ton yük taşınmıştır. Fakat sonraki yıllarda bu rakamlar azalmış 2015'e kadarki dönemde en fazla yük taşımacılığı 2013 yılında taşınmıştır.

Havayolu Taşımacılığı

Azerbaycan, uluslararası hava trafik ağları açısından ideal bir konumdadır ve Avrupa ile Asya arasında hava taşımacılığı için çekici bir noktadır. Azerbaycan'ın bir diğer çok önemli avantajı da önemli bir petrol ve jet yakıtı üreticisi olmasıdır. Bu, hava taşımacılığı için çok önemli bir unsurdur. Bakü, Avrupa ve Kuzey Amerika'dan Asya'ya uzun mesafeli uçuşları transfer etmek için gerekli ve arzu edilen tüm koşullara sahiptir (Ziyadov, 2012: 126). Havayolu ulaştırma alt yapısının yeterliliğinin artırılması bu konuda elde edilecek avantajları arttıracaktır.

Azerbaycan'da beş uluslararası havalimanı bulunmaktadır. Bunlardan en büyük ve gelişmiş Bakü'de bulunana Haydar Aliyev Hava Limanı'dır. Bu havalimanı saatte 1.600 yolcu kapasiteli Kafkasya'nın en işlek havaalanıdır. 2.700 metre asfalt pisti ve 3.200 km'lik beton pisti ile donatılmıştır ve çok büyük uçaklara hizmet etmektedir. Diğer uluslararası limanlar ise Nahçıvan, Gence ve Gabala'da bulunmaktadır (Azerbaijan Airlines, 2022). İşgal altındaki toprakların kurtarılmasıyla 20 Ekim 2022 tarihinde açılan Zengilan Havalimanı ile havaalanı yoluyla verilen hizmetlerin niceliğinin de artacağı beklenmektedir.

Azerbaycan bayrağı taşıyıcısı olan AZAL Bakü ile büyük yerel şehirler arasında ve aynı zamanda dünyanın birçok ülkesi ile uluslararası lokasyonda tarifeli yolcu ve yük hizmetleri yürütmektedir. AZAL yolcu servislerinin yanı sıra Azal Avia Cargo adı altında kargo hizmetleri de sunmaktadır.

AZAL'ın bünyesi altında birçok ekipman, helikopterler, Boeing'ler, Airbus'lar, Tupolev jetleri ve ATR uçakları vardır. Fakat en olumsuz yanı ise, bölgede diğer şirketler ile kıyaslandığında fiyatların daha pahalı olmasıdır. Buna rağmen AZAL bölgede daha iyi bir güvenlik rekoru ile ileriye dönük bir organizasyon olmaya devam etmektedir (Azerbaijan Airlines, 2022).

Bakü hava limanına komşu olan Bakü Kargo Terminali, Bağımsız Devletler Toplumu'nun en büyük kargo terminallerinden biridir. Kargo terminali 163.000 metrekarelik bir alanı kapsamaktadır. Dolayısıyla aynı anda dokuz Boeing 747, Antonov An-124 veya 15 Ilyushin Il-76 serisine hizmet sunabilmektedir. Kargo terminalinde riskli ürünler için soğutma odaları da bulunmaktadır (Asian Development Bank 2009: 16).

Denizyolu Taşımacılığı

Azerbaycan'ın dünya okyanuslarına çıkışı olmamasına rağmen, ülkenin Hazar kıyısında yer alması çok önemlidir. Hazar Denizi, dünyanın en büyük iç denizidir. Beş kıyı ülkesi vardır: Azerbaycan, İran, Kazakistan, Rusya ve Türkmenistan. Bu ülkeler Hazar bölgesinin ana deniz ticaretinin temelini oluşturmaktadır. İkili ticaretin yanı sıra, Hazar dışı ticaretin çoğu, petrol ve petrol ürünlerinin transit sevkiyatlarını içermektedir. Ayrıca Azerbaycan, Volga-Don kanalıyla Hazar'dan Karadeniz'e, kanlı

Volga-Baltık kanalıyla Baltık Denizi'ne ve dünya okyanuslarına erişim sağlamak ve uluslararası deniz ticaretine olanak sağlamaktadır (Ziyadov, 2012: 89).

Azerbaycan'ın denizyolu taşımacılığının gelişimi, bu alanda yapısal reformlarının sürdürülmesi, denizyolu taşımacılığı alanında yerel ve uluslararası taşıma hacminin artırılması, ülkenin rekabet gücünü ve transit potansiyelinin güçlendirilmesi amacıyla Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in 22 Ekim 2013 tarihli imzaladığı kararnameye göre "Azerbaycan Hazar Denizi Gemiciliği Kapalı Anonim şirketi" kurulmuştur. Şirkete ulaşım filosu ile birlikte, özel donanma ve gemi tamir tesisleri de dahildir (ASCO, 2022).

Şirketin ulaşım donanmasında 98 gemi, aynı zamanda 34 tanker, 13 gemi-feribot, 14 uluslararası kuru yük gemisi, 2 Ro-Ro tipi gemi, aynı zamanda 35 teknik, donanım ve hizmet-yardımcı gemiler vardır. Avrupa-Kafkasya-Asya (TRACECA) ulaşım koridoru bağlayıcı rolünü oynayan Transhazar yönünde Azerbaycan Hazar Deniz Gemiciliği yüklerin ve yolcuların taşınması ile aynı zamanda, denizde gerçekleştirilen petrol ve gaz işlemlerine uygun ulaşım hizmetleri de vermektedir (ASCO, 2022).

Azerbaycan'da deniz ticaretinin mevcut gelişmesinde bir diğer önemli faktör ise Bakü Limanı'dır. 18 Mart 2015 tarihinde Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in kararı ile Bakü Limanı restore edilmiş ve kapalı anonim şirket kurulmuştur. Halihazırda Hazar Denizi'nin en büyük limanı olan Bakü limanı, Avrasya bölgesinin ana ulaşım ve lojistik merkezi olma yolunda ilerlemektedir.

İnşaatı 2018 yılında biten Alat uluslararası deniz limanı ise Azerbaycan'ın lojistik üs olması için en büyük etkidir. Çok büyük bir proje olan Alat projesinde hem büyük bir deniz limanı hem intermodal taşıma altyapısı hem de serbest ticaret bölgesi oluşturulacaktır (Port of Baku, 2022). Lojistik merkezlerin oluşturacağı sinerjiyle denizyolu alanında da ülkeye önemli katkı yapacağı açıktır.

Doğu-Batı Ticaret Hattı (İpek Yolu)

Günümüz "Yeni İpek Yolu" birçok ulaşım koridoru ve rotası ile Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlamaktadır. Bu rotalar UNECE, UNESCAP, CAREC ve IRU gibi farklı uluslararası örgütler tarafından kategorize edilmiştir. En önemli rotalar olarak ise Orta Avrasya yoluyla Asya'yı Avrupa'ya bağlayan üç ana Doğu-Batı koridorudur. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Ziyadov, 2012: 29):

- Merkez Koridoru (TRACECA): Güney Kafkasya üzerinden geçmektedir.
- Kuzey Koridoru: Rusya ve Orta Asya'dan geçmektedir.
- Güney Koridoru: İran üzerinden geçmektedir.

TRACECA Tarihi İpek Yolu'nun yeniden işlev hale getirilmesi için yapılmış çok önemli bir projedir. Azerbaycan'ın lojistik imkanlarını geliştirmesi ve bölgede lojistik merkez olması için bu proje çok önemlidir.

Tablo 1: TRACECA Üyesi Ülkeler

Üyelik Tarihi	Toplantı	Üye Ülke(ler)
1994	Brüksel Deklarasyonu	Azerbaycan Ermenistan Gürcistan Kazakistan Kırgızistan Tacikistan Özbekistan Türkmenistan
1996- 1998	Bakü Uluslararası “TRACECA Tarihi İpek Yolu’nun Restorasyonu” Konferansı	Ukrayna Moldova
2002	Taşkent “TRACECA Hükümetlerarası Komisyon (IGC) Toplantısı”	Romanya Bulgaristan Türkiye
2009	MLA (Temel Çok Taraflı Anlaşma)	İran

Kaynak: Üzümcü ve Akdeniz (2014)

Genel olarak bu proje Avrupa Birliği'nin finanse ettiği “teknik destek” programıdır. TRACECA projesi birçok uluslararası finans kuruluşlarının bölgede yatırım yapma kararlarını etkilemiştir. TRACECA projesi projeye taraf olanlar arasında ekonomik, ticari ve iletişim ilişkilerini geliştirmek, uluslararası taşımacılığı kolaylaştırmak amacıyla taşımacılık politikalarının ve taşımacılık alanındaki yasal çerçeve ve işlemlerin uyumlaştırılması için hazırlanmıştır. Proje Batı Avrupa'dan Çin Cumhuriyeti'ne kadar büyük bir coğrafi alanı kapsamaktadır ki, bu da projenin uluslararası düzeyde önem kazanmasına neden olmuştur (Üzümcü ve Akdeniz, 2014: 80).



Şekil 3: TRACECAC Haritası

Kaynak: traceca-org, (2022)

Azerbaycan`da Lojistik Sektörünü Etkileyen Önemli Projeler

Azerbaycan`ın bağımsızlık kazandıktan sonra yaptığı projelerin büyük kısmı Türkiye Cumhuriyeti ile sık ilişki bağlamında yapılmıştır. Bakü-Tiflis-Ceyhan, Bakü-Tiflis-Erzurum, Bakü-Tiflis-Kars gibi projeler bu iş birliğinin en bilinen örnekleridir.

Azerbaycan ve Türkiye Cumhuriyeti Ekonomik İlişkileri

Azerbaycan Cumhuriyeti, Sovyetler Birliği`nin çöküşünden sonra 1991 yılında bağımsızlığını kazanmış ve Azerbaycan`ı resmen tanıyan ilk devletlerden biri Türkiye Cumhuriyeti olmuştur. İki ülke arasında ilişkiler aynı dil, din, tarih ve ırk köküne sahip olmakta ve çok eskilere dayanmaktadır. Bu durum “tek millet iki devlet” öz deyişle ifade edilmektedir. 1991 öncesindeki dönemde Azerbaycan SSCB`e dahil bir ülke olduğundan dolayı resmi olarak Türkiye ile iki taraflı hiçbir ekonomik ilişkisi olmamıştır (Mikail ve Tazegül, 2012: 73). Bağımsızlıktan sonra bu iletişim eksikliği hızla kapatılmaya çalışılmıştır.

Azerbaycan ve Türkiye Cumhuriyet`leri arasında 16 Ağustos 2010 tarihinde Bakü`de “Strateji Ortaklık ve Karşılıklı Yardımla İlgili Anlaşma” imzalanmıştır. Bu anlaşmaya göre taraflar “Enerji Sektöründe Ortak Komisyon”un oluşturulması konusunda anlaşmışlardır. Komisyon tarafların kendi ülkelerinde ve her hansı bir üçüncü ülkede enerji kaynaklarının geliştirilmesi, nakli ve satışının sağlanması gerekçesiyle kurulmuştur (Azerbaycan Respublikasının Qanunu, 2010).

Azerbaycan`da petrol dışı sektörlere yapılan doğrudan yabancı yatırım stoğu bakımından Türkiye dünyada birinci sırada bulunmaktadır. Azerbaycan Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, ülkede yaklaşık 2.700 Türk şirketi faaliyette bulunmaktadır. Bu şirketlerden örnek olarak Attila Doğan Petrol şirketi, Pet Holding, Efes Sanayi Yatırım, Netaş, Teletaş, Türkcell, Bay Holding, DHT İnşaat, Ram Dış Ticaret, Rumeli Holding, Tekfen, Etsun, T.C. Ziraat Bankası, Anadolu Sigorta sayılabilir. Bu işletmeler inşaat, haberleşme, petrol, ulaştırma, bankacılık, gıda gibi önemli sektörlerde faaliyette bulunmaktadırlar (Mikail ve Tazegül, 2012: 74).

Azerbaycan ve Türkiye`nin Lojistik Sektöründe İş birliği

2006 yılında, Azerbaycan petrolünün Hazar Denizi'nden Gürcistan'a ve oradan da Ceyhan'dan Türkiye limanına taşınmasını sağlayan, yüzyılın sözleşmesi olarak bilinen "Bakü-Tiflis-Ceyhan Ana İhraç Petrol Boru Hattı" devreye alınmıştır. Akdeniz'deki Avrupa pazarları, bu projenin devreye girmesiyle birlikte Azerbaycan ve Türkiye, Avrasya enerji piyasasının ana oyuncularına haline geldi. Projenin hayata geçmesinin ardından Azerbaycan, petrol ve doğal gaz rezervlerini Avrupa ve dünya pazarlarına taşıyarak yeni ekonomik ve finansal fırsatlar elde etti. Öte yandan Türkiye, çok önemli stratejik konumu sayesinde bölgedeki en önemli enerji geçiş alanı haline gelmiştir. Ayrıca Hazar Denizi'nin Azerbaycan bölgesinde gazın büyük bir bölümünün depolandığı "Şahdeniz" sahasından çıkarılan doğalgazı taşımak için 2007 yılında inşa edilen "Bakü-Tiflis-Erzurum gaz boru hattı", Gürcistan ve Türkiye'de devreye alındı (Süleymanov ve Hasanov, 2013: 70). Rusya – Ukrayna savaşı

sebebiyle oluşan Avrupa gaz kriziyle yapılan bu yatırımın önemi günümüzde çok daha iyi anlaşılmaktadır.

İki ülke arasındaki bir diğer önemli proje ise 2007 yılında inşaatına başlanan ve 2017 yılında devreye alınmış "Bakü-Tiflis-Kars demiryolu hattı"dır. Bu proje sayesinde Azerbaycan ile Türkiye arasındaki trafik hacmi artmıştır. Ayrıca Kars'tan Nahçıvan'a demiryolu hattının inşası ile Azerbaycan'ın doğrudan bağlantısının olmadığı Nahçıvan ile doğrudan demiryolu bağlantısı kurmak mümkün olmuştur. Proje kapsamında Kars Akalkalaki (Gürcistan) arasında 98 km uzunluğunda yeni demiryolu hattının yapımı gerçekleştirilmekte olup, Gürcistan'da mevcut 160 km demiryolu hattının da modernizasyonu yapılmıştır. Bununla Türkiye-Gürcistan-Azerbaycan demiryolu ağı doğrudan birbirine bağlanmıştır (Resullu ve Aslanlı, 2012: 95).

Türkiye ve Azerbaycan Arasındaki Petrol, Doğalgaz Taşımacılığı

Azerbaycan dünya pazarında petrol ve doğalgaz endüstrisinde önemli bir yere sahiptir. Özellikle 1991 yılından sonra bağımsızlığını kazanan ülke olarak Azerbaycan bağımsız enerji ilişkileri geliştirmeye ve kendi ekonomisini bu yönde büyütmeğe başlamıştır. 1994 senesinde Asrın Anlaşması'nı imzalayarak, ardından çeşitli anlaşmalar yaparak petrol ve doğalgazı dünya pazarına çıkarmayı başarmıştır. Azerbaycan'ın petrol ve doğalgaz taşımacılığında en çok iş birliği yaptığı ülkelerden biri de Türkiye'dir. Türkiye-Azerbaycan iş birliği, Azerbaycan'ın petrol ve doğalgaz üreticisi olması, Türkiye'nin hem coğrafi konumunun hem de jeopolitik yönden alternatifsiz olması nedeniyle önem taşımaktadır. Bu açıdan, Bakü-Tiflis-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı, Baku-Tiflis-Erzurum Doğalgaz Boru Hattı projelerinin yanı sıra, Güney Gaz Koridoru Projesi ve bu projenin bir uzantısı olan Trans-Anadolu Doğalgaz Boru Hattı (TANAP) projelerin de gerçekleştirilmesi Türkiye, Azerbaycan enerji taşımacılığı iş birliği açısından önem arz etmektedir. Petrol ve doğalgaz taşımacılığında kullanılan, Bakü-Tiflis-Ceyhan Petrol Boru Hattı, Bakü-Tiflis-Erzurum Doğalgaz Boru Hattı ve Trans-Anadolu Doğalgaz Boru Hattı (TANAP) her iki ülkeye ekonomik ve siyasi anlamda katkılar sağlamaktadır. Bu boru hatları sayesinde Türk Dünya'sının ve Hazar bölgesinin kaynakları Rusya'dan bağımsız bir şekilde dünya pazarına aktarılmakta ve her iki ülkenin politik gücünü dünya çapında güçlendirmektedir. Dolayısıyla ticari bakımdan olumsuz coğrafi konumda yerleşen Azerbaycan sahip olduğu petrol ve doğalgazı daha güvenilir güzergahlardan dünya pazarına çıkarmakta, petrole olan ihtiyacı için dışa bağımlı olan Türkiye ise daha ucuz ve kolay ithalat imkanına sahip olmaktadır.

Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) Petrol Hattı Projesi

Dünyada bulunan petrol rezervlerinin önemli kaynaklarından biri de Hazar havzasındadır. Hazar havzası bulunduğu coğrafi konum nedeni ile dünya devletlerinin dikkatini çekmeyi başarmıştır. Bölgenin petrol şirketlerinin ve devletlerinin ilgi odağı haline gelmesinde, Azerbaycan'ın Sovyetler Birliği'nden ayrılması ve ülkede yeniden şekillenen siyasi yapının payı vardır (Aslanlı, 2018: 8). Kafkasya'da ve Hazar Havzası'nda Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra yeni devletlerin ortaya

çıkması ve onların sahip oldukları yer altı zenginliklerini değerlendirme arayışları, bölgenin enerji kaynaklarını küresel gündeme taşımıştır.



Şekil 4: Hazar Denizi Havzası

Kaynak: EIA, (2013)

Hazar Havzası'nda bulunan petrolün taşınmasında önemli olan anlaşmalardan biri de Azeri, Çırak, Güneşli bölgesinde bulunan petrolün taşınmasını için 20 Eylül 1994 senesinde imzalanan Asrın anlaşmasıdır (Furuncu, 2018: 546). Asrın Anlaşması dünyanın 6 büyük ülkesinden (İngiltere, ABD, Norveç, Rusya, Türkiye ve Suudi Arabistan) 10 uluslararası petrol şirketi ile imzalanmıştır. Asrın Anlaşması'nı imzalayan yabancı şirketler Amoco, BP, Lukoil, Unocal, Pennzoil, Statoil, MC Dermott, TPAO, Ramco, Delta-Hess'tir (Aras, 2006: 43).

Bu anlaşmanın imzalanmasının başlıca sebebi düşük kalitede olan Ural petrolünün daha yüksek kalitede olan Azeri Light isimli Azerbaycan petrolü ile karışmasını önlemek, bunun yanı sıra Çanakkale ile İstanbul boğazlarının aşırı yoğunluğunun azaltılması ve Batı'nın Rusya'dan bağımsız olarak boru hattı geliştirmek istemesidir (Ender ve Ahmedov, 2010). Bu anlaşma ile Azerbaycan'ın sahip olduğu zengin doğal gaz ve petrol rezervlerinin çoğunlukla yabancı şirketler birliği tarafından çıkarılması ve Batı ülkelerine aktarılması hedeflenmiştir (Cherp ve Jewell, 2014: 418). Bu ihtiyaçların karşılanması için Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) Ham Petrol Boru Hattı Projesi'ne başlanılmıştır.

BTC boru hattı Sengeçal terminalinde başlayıp, Türkiye Akdeniz kıyısında Ceyhan deniz terminalinde bitmekte, hattın toplam uzunluğu 1774 km, çapı ise 42 inç'tir. Boru hattının Azerbaycan'dan 402 km'si, Gürcistan'dan 260 km'si, Türkiye'den ise 1074 km'si geçmektedir (BP, 2002). Azerbaycan'ın doğusundan başlayıp batısına kadar uzanan hat Gürcistan üzerinden devam etmektedir. Gürcistan'ın başkenti Tiflis'ten geçerek batıya doğru uzanan boru hattı, güneyde Ardahan'dan geçerek Türkiye üzerinden devam etmektedir. Türkiye topraklarında Kars, Erzurum, Sivas, Kayseri, Erzincan, Osmaniye ve Kahramanmaraş bölgelerinden geçerek Ceyhan deniz

terminalinde son bulmaktadır. Azerbaycan ve Gürcistan'da Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattının işletmeciliğinin BTC Co. Adına BP, Türkiye'de ise bu işletmeciliği BIL (Botas International Limited) yapmaktadır.

Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattının taşıma kapasitesi 50 milyon ton/yıldır. 2015 Haziran ayından 2020 yılının sonuna kadar Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattı ile 383 milyon tondan fazla petrol taşınması yapılmıştır. Bu petrol Ceyhan deniz terminalinden 3758 tankere yüklenip dünya pazarlarına taşınmaktadır. 2015 yılında 41 milyon ton, 2016 yılında 37 milyon ton, 2017 yılında 34 milyon ton, 2018 yılında 33.7 milyon ton, 2019 yılında 31 milyon ton, 2020 yılında 27.8 milyon ton petrol ihracı gerçekleştirilmiştir (SOCAR, 2021). Boru hattı ile yalnızca Azerbaycan petrolü değil aynı zamanda belirli oranlarda Türkmenistan petrolü de taşınmaya başlanmıştır. Türkmenistan yılda 11,8 milyon ton ürettiği petrolünün belirli bir kısmını Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattı ile dünya pazarına taşınmaktadır (Garibov, 2016).

Boru hattın inşası her ne kadar petrolün taşınması açısından önemli olsa da aynı zamanda Türkiye ekonomisine de canlılık ve gelişme sunmaktadır. Özellikle hattın geçmiş olduğu illerin sosyoekonomik durumlarında gelişmeler ve iyileşmeler olmuş, istihdamdaki artış yaşanmıştır. Bunun yanı sıra Ceyhan deniz terminali uzak olmayan gelecekte dünya petrol piyasasının önemli bir merkez haline gelmesi planlanmaktadır. Bu sayede de Türkiye'nin özellikle liman hizmetlerinden büyük kazançlar elde etmesi beklenmektedir. Bakü-Tiflis-Ceyhan petrol boru hattı sayesinde Türkiye'nin 300 milyon dolar yıllık ortalama kira geliri elde etmesi beklenmektedir (Akpınar, 2005: 243).

Bakü-Tiflis-Erzurum (BTE) Doğalgaz Boru Hattı Projesi

Azerbaycan'da petrol kaynakları ile birlikte doğalgaz kaynakları da bulunmaktadır. Bu kaynaklardan biri de Bakü'nün güneyinde bulunan Şahdeniz doğalgaz yatağıdır. Hazar'ın havzasında bulunan en büyük gaz yatağı Şahdeniz'dir. Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra, 1992 yılından itibaren Şahdeniz gaz yatağının ortak işletilmesi için çok birçok görüşmeler yapılmıştır (Erdoğan, 2017). Şahdeniz gaz yatağının kullanılması ile ilgili anlaşma 4 Haziran 1996 tarihinde Bakü'de imzalanmıştır. Azerbaycan Parlamentosunda 17 Ekim 1996 tarihinde onaylanan anlaşma sonrasında Şahdeniz kaynağında araştırmalar başlatılmıştır. Daha sonra Şahdeniz yatağında bulunan doğalgazın dünya pazarına taşınması ile ilgili çalışmalara başlanmış ve yeni bir boru hattının hangi güzergahlardan geçeceği planlanmıştır.

Bakü-Tiflis-Erzurum doğalgaz boru hattı (diğer adı ile Güney Kafkasya Doğalgaz Boru Hattı) Avrasya bölgesinin doğalgaz kaynaklarının dünya pazarına çıkarılması ve satılması için Türkiye ile Azerbaycan iş birliğinde gerçekleştirilen önemli bir projedir. Azerbaycan-Türkiye Doğal Gaz Boru Hattı Projesi Faz-I kısmı 30.12.2006 tarihinde, Faz-II kısmı ise 09.03.2007 tarihinde tamamlanmıştır (BOTAŞ, 2021). Güney Kafkasya Doğalgaz Boru Hattının oluşturulma başlıca nedeni Şahdeniz sahasından çıkarılan doğalgazın Türkiye üzerinden dünya pazarına çıkarılmasıdır. Bakü-Tiflis-

Erzurum doğalgaz boru hattı Bakü-Tiflis-Ceyhan petrol hattına paralel olarak çekilmiş ve bu sayede birçok masraftan tasarruf edilmiştir.



Şekil 5: Bakü-Tiflis-Erzurum Doğalgaz Hattının Geçtiği Güzergahlar

Kaynak: socar, (2021)

Bakü-Tiflis-Erzurum doğalgaz boru hattının toplam uzunluğu 980 km, çapı ise 42 inçtir. Hattın yıllık kapasitesi ise toplamda 20 milyar m³ olarak değerlendirilmiştir. İnşasına 2004 yılında başlanan hattın 2006 yılında inşası bitirilmiş ve 13 Mart 2007’de Bakü-Tiflis-Erzurum boru hattına ilk kez doğalgaz verilmiştir (Furuncu, 2018). Türkiye, 2007 yılında Bakü-Tiflis-Erzurum hattı ile Azerbaycan’dan 1,2 milyar m³, 2008 yılında 8 milyar m³ doğalgaz alımı yapmıştır (SOCAR, 2021). Hat üzerinden akış günümüzde de sağlanmakta olup ciddi bir ekonomik değer üretilmektedir.

Trans Anadolu Doğalgaz Boru Hattı (TANAP)

Trans Anadolu Doğalgaz Boru Hattı başta Şahdeniz yatağının 2 sahası, Güney Hazar havzasından ve diğer doğalgaz yataklarından çıkarılacak olan Azeri doğalgazının Türkiye üzerinden Avrupa’ya ulaştırılmasını hedefleyen Güney Gaz Koridorunun bir parçasıdır. Güney Gaz Koridoru boru hattı sisteminin toplam uzunluğu 3500km’dir ve aşağıdaki bileşenleri vardır (Erdoğan, 2017: 11):

- Trans Anadolu Doğalgaz Boru Hattı (TANAP) (Trans Anatolia Natural Gas Pipeline)
- Güney Kafkasya Boru Hattı (South Caucasus Pipeline) (SCP)
- Trans Adriyatik Boru Hattı (TAP) (Trans Adriatic Pipeline).

Güney Gaz Koridoru boru hattı Hazar havzasında Avrupa’ya uzanmakta ve Avrupa Birliği ülkelerinin gaz güvenliğini açısından son derecede önem arz etmektedir. Güney Gaz Koridoru projesi Azerbaycan ve Avrupa Birliği arasında 13 Ocak 2011 tarihinde imzalanan “Güney Gaz Koridoru Beyanati” ile gündeme gelmiştir. Güney Gaz Koridoru Beyanati imzalandıktan sonra boru hattının temeli 2014 yılında Bakü’de atılmış, bundan sonra Avrupa Birliği ülkelerinin enerji güvenliği açısından son derecede önemli olan proje hayata geçirilmeye başlanmıştır.

Güney Gaz Koridoru Hazar havzasındaki gazın Türkiye aracılığı ile Avrupa'ya taşıyacak olan, Avrupa Birliği ülkelerinin doğalgaz ihtiyaçlarının karşılayacak güvenli bir boru hattıdır. Yapılan anlaşmaya göre bu doğalgaz boru hattı Azeri gazı ile birlikte ileride Türkmenistan, Katar, İran, Doğu Akdeniz, Kuzey Irak doğalgaz kaynaklarını da Avrupa'ya taşıyacaktır. Bununla birlikte Güney Gaz Koridoru Avrupa Birliğinin gaz ihtiyaçlarının karşılanmasında Rusya'ya olan bağımlılığın kurtarılması planlanmaktadır. Bu nedenle Güney Gaz Koridoru Avrupa Birliği için son derece stratejik öneme sahip olan bir projedir (Erdoğan, 2017: 12). Rusya'nın Ukrayna topraklarına yapmış olduğu askerî harekât ve bu harekâta tepki olarak AB ülkelerinin aldığı yaptırım kararlarına misilleme amacıyla Rusya'nın kuzeyden sevk ettiği gazı azaltması ve kesmeye yönelik stratejik girişimleri, Güney Gaz Koridorunun önemini daha açık hale getirmiştir.

TANAP projesi toplam olarak 1.805 km uzunluğunda, 48 ve 56 inçlik boru hattı sistemiyle oldukça modern özelliklere sahiptir (Furuncu, 2018). Gerekli miktarda doğal gazı başlangıç noktasından 16 bcm kapasitesi ve son noktada ise yüksek bir akış sağlayarak 31 bcm kapasitesinde taşıyabilecek özelliktedir. TANAP projesine ortak olan şirketlerin ortaklık payları: Azerbaycan Socar (%58), Türkiye Botaş (%30) ve İngiltere BP (%12) olarak belirlenmiştir.

Azerbaycan ile Türkiye arasındaki ticaret ilişkilerinin ve enerji taşımacılığının TANAP projesinin hayata geçirilmesi ile birlikte çok büyük ivme kazanmıştır. Azerbaycan petrol ve doğal gaz şirketi olan Socar'ın Türkiye'de yaklaşık 20 milyar dolarlık girişimleri bulunmakta ve bu miktarın Türkiye tarihindeki en yüksek dış yatırım tutarı olarak dikkat çekmektedir (Kavaz, 2018: 4). Söz konusu bu yatırımlar, her iki ülkenin stratejik ortaklık prensibi gereğince artması gerekmekte olup, dünya piyasalarında oyun kurucu güçlerini arttıracak araçlardandır.

Bu yatırımlarla birlikte TANAP hattının Türkiye ekonomisine doğrudan katkıları da bulunmaktadır. Proje geçmiş olduğu bölgelerde istihdamı artırıcı etkileri bulunmakta, bunun yanı sıra, hizmet, taşımacılık ve demir-çelik gibi sektörler de katkıda bulunarak her iki ülkenin de ekonomilerinin gelişmesine ciddi katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda proje Türkiye'nin Rusya'dan olan enerji bağımlılığını da gidererek azaltmaktadır. TANAP sayesinde hem ülkenin kesintisiz doğalgaz ihtiyaçları karşılanmakta, hem de enerji maliyetleri azalmaktadır. Bu nedenle TANAP yalnızca Türkiye'nin enerji alanında değil, hem de ekonomi alanına da katkılar sağlamaktadır.

Alat Projesi

Azerbaycan hükümeti, ekonominin petrole olan bağımlılığını azaltmak için ekonominin farklı sektörlerini çeşitlendirme politikası uygulamıştır. Bunun için farklı altyapı projesi yürütülmektedir. Bu anlamda ulaşımın özel bir yeri vardır. Devlet, son yıllarda ulaşımın önemli yatırımlar yaparak uluslararası alanda rekabet avantajı sağlayabilecek modern bir ulaşım ağı oluşturmayı amaçlamaktadır (AzVision, 2017). Dolayısıyla bu alanda yapılan en büyük projelerden biri de Alat projesidir. Proje Azerbaycan'ın bölgesel lojistik merkez olma yolundaki en büyük avantajı olarak görülmektedir. Proje "Alat Uluslararası Deniz Limanı", "Alat Serbest Ticaret Alanı" ve genel olarak

“Alat Uluslararası Lojistik Merkezi”nden oluşmaktadır. Proje Azerbaycan`ın hem Doğu-Batı hem de Kuzey-Güney ticaret hatlarının da önemini artıracaktır. Proje tamamlandıktan sonra taşıma maliyetleri büyük oranda azalacak, zaman avantajı sağlanacak, daha kaliteli hizmet verilecektir (Azerbaijan State News Agency, 2022). Bu projeler ülkenin lojistik performans endeksinin yükselmesine de ciddi katkılar sağlayacaktır.

Alat projesi Bakü`den yaklaşık 70 km güneyde Alat kasabası yakınlarındaki 400 hektarlık bir alan üzerinde yer alacaktır. Bu proje için ilk olarak 400 hektar alan ayrılmıştır. Bunun 100 hektarı Alat Uluslararası Lojistik Merkezi`nin, 50-100 hektar ise Alat Serbest Ticaret Alanı`nın oluşturulması için tahsis edilmiştir. Alat, ana uluslararası güzergahın geçtiği ülkenin en önemli ulaşım merkezinde yer almaktadır. Alat'ın bulunduğu arazi, ülkenin iç illerini birbirine bağlayan mevcut araba ve demiryolu ile kesişmekte, Hazar Nehri kıyısında ve başkent Bakü'ye çok yakındır. Bu avantajlar projenin gücünü arttırmaktadır.

Alat Uluslararası Deniz Limanı

Azerbaycan üzerinden taşınan yük hacminin artması sonucu eski “Bakü Deniz Ticaret Limanı” günün ihtiyaçlarına cevap vermemektedir. Dolayısıyla Azerbaycan`da yeni büyük ve çok fonksiyonlu limanın inşasına ihtiyaç duyulmaktaydı. Bu konuda devlet başkanının 2007 yılında imzaladığı kararnameye uygun olarak hükümet tarafından gerekli süreçler başlatılmıştır. Ulaştırma Bakanlığının öncülüğünde Hollanda`nın “Royal Haskoning” şirketi tarafından limanın genel planı ve projesi hazırlandı ve 3 Kasım 2010`da yeni limanın temeli atıldı. Limanın inşası üç aşamadan oluşmaktadır (Port of Baku, 2017):

Birinci aşama: Bu safha feribot terminalini, genel kargo köprüsünü, Ro-Ro iskelesini, servis köprüsünü, demiryolu hatlarını, çeşitli idari binalar, gümrük ve açık depolama alanını, depoları, konteyner alanını, köprülere demiryolu ve karayolu yaklaşımlarını, Ro-Ro rampasını, yolcu hizmet binasını, ağır yüklerin konaklama alanını ve kamyonların park alanının inşasını kapsamaktadır. Büyük oranda birinci aşamanın inşaat süreci tamamlanmıştır. Bu süreç sonunda Alat limanının genel yük taşıma kapasitesi 10-11.5 milyon ton kadar yük ve 40,000-50,000 TEU `ya kadar konteyner olması planlanmıştır.

İkinci ve Üçüncü aşama: Bu aşamaların gerçekleşmesi potansiyel yük artışı ve çeşitli iş alanlarının gelişme hızı ile ilgilidir. Diğer bir deyişle, ikinci ve üçüncü aşamanın inşaat çalışmalarına başlanması konusunda kararın verilmesi mevcut yük hacimlerine bağlıdır. Bu aşamaların yük taşıma kapasitesi ise sırasıyla 17 milyon ton yük + 150,000 TEU konteyner ve 21-25 milyon ton yük + 1 milyon TEU 'ya kadar konteyner olacağı düşünülmektedir.

Azerbaycan hükümeti birinci aşamaya kendi rezervleri ile yatırım yapmaktadır. Bununla birlikte, limanın sonraki safhalarının geliştirilmesi ve uluslararası lojistik merkezin inşası ve işletilmesi için

özel ortaklar aranmaktadır (Ziyadov, 2012: 170). Yeni liman Bakü'yü Hazar havzasında modern ve büyük lojistik, ulaşım merkezine dönüştürme kapasitesine sahiptir.

Azərbaycan`da Lojistik Sektöründe Geliştirilebilecek Alanlar

Azərbaycan Üzerinden Ticaret Hacminin Artırılması

Ticaret hacminin artırılması amacıyla Azərbaycan`da lojistik ve ticaret alanının geliştirilmesi için (Azərbaycan Devlet Programı, 2016: 20-34) çeşitli çalışmalar planlanmıştır:

1. Ülkenin bölgesel olarak lojistik ve ticaret kavşağı gibi önemli rolünün temin edilmesi gerekmektedir: Burada önemli konu ülkenin Doğu-Batı ve Kuzey-Güney ticaret hatlarında bulunması ve bu durumundan en iyi düzeyde fayda sağlamaktır. Bunun için Azərbaycan`ın lojistik ve ticaret alanlarındaki özel hedefleri ve temel performans göstergeleri, özellikle zaman ve maliyet açısından transit taşımacılıkta rekabet avantajının sağlanmasının yolları tespit edilmelidir. Ayrıca bu hedeflere ulaşmak için finansal ihtiyaçların sağlanması ve yasal tedbirlerin yapılması yönünde diğer gerekli adımlar atılmalıdır. En önemlisi ise güçlü koordinasyonun kurulması ve belirlenen hedefler üzere ilerlemenin sağlanması amacıyla denetleme mekanizmasının iyileştirilmesi ve sürekliliği gereklidir. Lojistik performans endeksinin iyileştirilmesi için kurumlar arasında sinerjiyi sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır.

2. Alat projesi, Bakü-Tiflis-Kars ve Astara-Astara demiryolu projelerinin tamamlanması gerekmektedir: Üç altyapı projesinin tamamlanması Azərbaycan`ın Doğu-Batı ve Kuzey-Güney koridoru boyunca ticareten faydalanma imkanlarını yeterince artıracaktır. Projeler kapsamında yürütülen çalışmaların gidişatını izleyecek ve öne çıkan engellerin giderilmesi ile ilgili tedbirler alacak denetim komisyonu kurulmalıdır.

3. Lojistik alanında işlemlerin iyileştirilmesi gerekmektedir: Bu işlemler otomobil ulaşımı altyapısı ile ilgili ek önlemlerin alınmasını, lojistik ve ticaret alanında yabancı uzmanlarla iş birliğinin yapılmasını, bu alanlardaki eksikliklerin tespit edilmesi ve çözüm yollarının bulunmasını, Azərbaycan`da yük taşıma hizmetlerinin iyileştirilmesini, demiryolu taşımacılığı için Azərbaycan ve Gürcistan arasında daha üst düzeyde iş birliğinin sağlanmasını, demiryolu altyapısının iyileştirilmesi için analizlerin yapılması ve altyapının iyileştirilmesini kapsamaktadır.

Transit Ticareten Yüksek Karın Sağlanması

Bu stratejik hedef kapsamında üç önemli konu ele alınmaktadır. Bunlar şöyledir (Azərbaycan Devlet Programı, 2016: 41-48):

1. Bakü bölgesel ticaret kavşağına dönüşmelidir: Şehrin bölgesel ticaret merkezi olması için en önemli nokta Alat projesidir. Bundan dolayı da Alat`daki serbest ticaret alanının hukuki altyapısının hazırlanması, hedeflerin ve temel performans göstergelerinin belirlenmesi, tüm hizmetlerde özel sektör katılımının sağlanması, insan sermayesinin değerlendirilmesi, yabancı ve yerli şirketlerin katılımı, özel yatırımların ülkeye gelmesi için "bir pencere" sisteminin uygulanması gerekmektedir.

2. Ticaret odaklı işleme merkezleri kurulmalıdır: Alat projesi bölgesel önemli ticaret kavşağı konumuna ulaştıktan sonra tarım ve petrol-doğalgaz ürünlerinin işlenmesi merkezlerinin kurulması önemli olacaktır.

3. Bakü`de ve ülkenin çeşitli yerlerinde lojistik ve ticaret merkezleri oluşturulmalıdır: Bunun içinde lojistik ve ticaret merkezlerinin oluşturulması için analizlerin yapılması ve uygun mekanların seçilmesi, projeler için özel sektör katılımının sağlanması, merkezlerin oluşturulma ve yönetilme mekanizmasının belirlenmesi, oluşturulacak lojistik ve ticaret merkezlerinde katma değer sağlayan hizmetler için yerli ve yabancı şirketlerin davet edilmesi daha nitelikli ve profesyonel yönetim yapısını getireceğinden önem taşımaktadır.

Potansiyel Lojistik Merkezlerin Azerbaycan`ın Dış Ticaretinde Oluşturabileceği Etkiler

Azerbaycan`da bölgesel lojistik merkezin hangi bölgede oluşturulması sorusundaki asıl amaç gelecekte oluşturulacak bölgesel lojistik merkezin Azerbaycan`ın lojistik imkanlarını nasıl artıracacağı, ülkenin bölgesel transit ülke olma yolundaki amacına nasıl katkı sağlayacağı ve en önemlisi de ülkenin dış ticaretini hangi boyutlara taşıyacağı sorularını cevaplamaktır (Ziyadov, 2012: 187). Bu konuda Azerbaycan hükümetinin geleceğe dönük amaçları 2025 ve 2025 sonrası dönemler olarak ayrılmaktadır.

Azerbaycan`ın 2025 Yılı İçin Lojistik Sektör Amaçları

2025 yılına kadar olan dönem, ülkenin büyük bir lojistik merkezinin oluşturulmasının aşamasıdır. Azerbaycan'ın 2025 yılına kadar olan uzun vadeli vizyonu, bölgenin bu sektöründe daha çekici bir ülke olmak ve önemli altyapı iyileştirmeleri, lojistik ve ticaret ile teşvik politikaları ile önemli bir lojistik merkez haline gelmektir. Genel olarak 2025 yılına kadar olan dönemde ülkenin bölgesel lojistik ve ticaret kavşağına dönüşmesi için bölgesel çapta faaliyet gösteren şirketlerin Azerbaycan`da tabanlarının oluşturulması için hükümet tarafından çalışmalar yapılacaktır.

Ayrıca ülkede yabancı yatırımların artırılması amacıyla iş ortamının tam güvenliliği oluşturulacak ve bu alanda yeni fırsatlar ortaya konulacaktır. Küresel değer zincirinden daha fazla pay elde etmek amacıyla kuzey-güney ve doğu-batı koridorları daha verimli ve etkili bir şekilde kullanılacaktır (<http://ikisahil.az>, 2017). Ülkede tüm teknolojik gelişmelerden faydalanma imkanının, gelişmiş iş ortamının, ithalat-ihracat işlemlerinin yürütülmesi için kolay ve güvenli koşulların, yetenekli kadroların olması uluslararası şirketlerin bu oluşturulacak bölgesel lojistik ve ticaret merkezine daha çok yatırım yapmasına ortam sağlayacaktır (Azərbaycan Devlet Programı, 2016: 14).

Azerbaycan`ın 2025 Sonrası Dönem İçin Lojistik Sektör Amaçları

Uzun vadede ise Azerbaycan`ın hedef bakışı diğer ülkelerle güçlü ilişkileri olan lojistik ve ticaret merkezlerini etkin yöneterek, bölgede tam olarak lojistik üsse dönüşmektir (Ziyadov, 2012: 187). 2025 sonrası dönemde lojistik merkez ve Alat serbest ticaret bölgesinin faaliyetlerinin sürekli artması ile birlikte farklı bölgelerde lojistik ve ticaret merkezlerinin kurulması süreci devam edecek, ülke

genelinde gelişmiş bir lojistik altyapı kurulacak. Özel sektörün katılımı daha da artırılacak, sektöre doğrudan yabancı yatırımlar artırılacak, geleceğe yönelik yatırımlar için cazip bir ortam oluşturulacaktır.

Tüm ülkede gelişmiş bir lojistik ortamın kurulması Azerbaycan`da petrol dışı sektörlerin gelişmesine ivme vermekle, GSYİH`nın ciddi artışına katkı yapacaktır. 2025 yılından sonraki dönemde ülkenin gelişen tesislerinin bölgede yüksek değer oluşturan rekabetçi şirketlere dönüştürülmesi hedefi konulmuştur. Lojistik sektörünün etkisi bu süreci daha da hızlandıracaktır. (Azərbaycan Devlet Programı, 2016: 15).

Bu dönemde lojistik ağının genişlemesi ülkenin diğer bölgelerinde de devam edecektir. Azerbaycan sınırı boyunca lojistik ve ticaret merkezleri inşaatının ikinci aşaması tamamlanacaktır. Bu ek ticaret ve lojistik merkezlerin varlığı, komşu ülke ile ticari ilişkileri artıracak ve bu da Azerbaycan'daki uluslararası ticari işlemlerin hacmini daha da artıracaktır. Ticari ilişkilerin artmış olması, komşu ülkeler arasında kazan kazan ilişkisi ve farklılıklar yerine ortak çıkarlar üzerinde işbirliği yaparak sinerji oluşturma açısından da büyük önem taşıdığı gözden uzak tutulmamalıdır.

SONUÇ

Dünyada küreselleşmenin ve giderek karmaşıklaşan gelişmelerin etkisiyle her geçen gün değişen rekabet ortamında lojistik sektörü bu değişimden etkilenmektedir. Küreselleşmenin doğal sonucu olarak ulusal sınırların ortadan kalkmasıyla Amerika kıtasındaki bir işletme Afrika'daki bir tedarikçi ile iş yapmakta, mal ve hizmetlerini Amerika ve Afrika dışında başka bir kıtada satmaktadır.

Lojistik maliyetlerinin önemi açısından bakıldığında, mal ve hizmetlerin geleneksel şekilde müşterilere sunulması, küresel rekabet ortamında işletmeleri rakiplerine göre daha dezavantajlı duruma getirmekte ve işletmeleri zorlamaktadır. Bu nedenle, etkin ve verimli bir lojistik ağının varlığı, rekabet gücünü kaybetmek istemeyen ülkeler ve uluslararası şirketler açısından en önemli konulardan biridir.

Jeopolitik açıdan çok önemli bir konuma sahip ülkeler, lojistikle ilgili tüm faaliyetin tek merkezde toplandığı lojistik merkezlere giderek daha fazla önem vermekte ve dünya ticaretinden daha fazla pay almaya çalışmaktadır. Lojistik fonksiyonlarını düzenli ve planlı lokasyonlarda birleştirerek lojistik fonksiyonun olumsuz etkisini en aza indirirken, lojistik operasyonun hızlı, ucuz ve minimum trafikle yürütülmesinde lojistik merkezlerin önemi büyüktür.

Lojistik merkezlerinin yapısında, sanayi için gerekli tüm bileşenler tek elde bir araya getirilerek, ulaşım verimliliği artırılmakta ve tedarik zinciri kopukluğu giderilmektedir. Sonuç olarak, yönetim, denetim ve bürokrasi gibi zaman alan süreçler daha hızlı ve kolay hale gelmektedir.

Azerbaycan çok önemli bir jeopolitik ticaret kavşağında yer almaktadır. Ülke Kuzey-Güney ve Doğu-Batı ticaret yolu üzerinde yer almaktadır. Ayrıca ülkenin petrol ve doğalgaz üreticisi olması, söz

konusu ülkenin dünyadaki önemini daha da artırmaktadır. Bu nedenle lojistik sektörünün ülkede gelişmesi ve bu sektöre büyük yatırımlar yapılması kaçınılmazdır.

Sovyet döneminden sonra Azerbaycan'daki lojistik altyapı eskimiş ve büyük ölçüde kullanılamaz hale gelmişti. Ancak devlet yatırımı ile ülke genelinde altyapı projesi tamamlanmış ve sektörün gelişmesi için çalışmalar yapılmıştır. Yeni uluslararası karayolları, demiryolları, hava yolları ve limanlar kurulmuş olup, yeni projeler devam etmektedir.

Azerbaycan dünyanın önde gelen petrol, petrol ürünleri ve doğal gaz üreticilerinden ve ihracatçılarından biridir. Devletin bu sektöre uzun yıllar yatırım yapması ve bu sektörden elde edilen büyük kazançlar, diğer sektörleri de canlandırmıştır. Geçtiğimiz yıllarda düşen petrol fiyatları ve savaşlar nedeniyle istikrarsız olması nedeniyle ülkede ekonomik kriz yaşanmıştır. Bununla karşı karşıya kalan hükümet, kısa vadede lojistik sektörünü geliştirmeyi, uzun vadede ise bu sektör yardımıyla diğer sektörlerin gelişmesini sağlamayı hedefleyerek yatırımlar yapmıştır. Buna göre hükümet, lojistik sektörü yardımıyla rekabet avantajı sağlayarak dış ticaret hacmini büyük ölçüde artırmayı hedeflemektedir. Bu nedenle “stratejik yol haritası” benimsenmiştir ve bu yol haritası, lojistik altyapısının birkaç yıl içinde en üst düzeyde geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Azerbaycan'ın 2025 yılına kadar olan uzun vadeli vizyonu lojistik ve ticaret altyapısının önemli ölçüde iyileştirilmesi ve düzenleyici teşvikler sayesinde bölgede bu alanda daha rekabetçi bir ülke olmaktır.

2025 yılına kadar, ülkenin Alat yerleşiminde kurulan yeni Bakü Limanı toprakları serbest ticaret bölgesinin avantajlarından yararlanan güçlü lojistik platformu olması hedeflenmektedir. Bölgesel ticaret bölgesi oluşturulmasında yerel ve uluslararası ticaret ortaklarının deneyimlerinin kullanılması, belirlenen hedeflere ulaşılmasını kolaylaştıracaktır. Kuzey bölgesinin, küresel değer zincirinden daha fazla pay almak için Güney ve Doğu-Batı koridorları üzerinden uluslararası ticaret hacminin artırılması gerekmektedir. Sonuç olarak lojistik ve ticaret alanında yerel ve yabancı girişimciler arasında kurulacak etkin iş birlikleri, sürecin başarısına olumlu yönde katkı sağlayacaktır.

Öncelikle Bakü Uluslararası Deniz Ticaret Limanı'ndan Haydar Aliyev Uluslararası Havalimanı ve ülkenin iç ticaret ağına esnek entegrasyon sağlamak için karayolu ve demiryolu bağlantıları güçlendirilmelidir. Kentler arası iletişimi geliştirmek için karayollarının yapımı ve onarım ana öncelik olmalı ve demiryolu bağlantıları hızlı bir şekilde kurulmalıdır. Ki bu alanlar, ülkelerin karşılaştırıldığı lojistik performans endeksinde dikkate alınması gereken alanlardan olup, hemen her ülkenin bu konularda iyileştirmeler yapması kaçınılmazdır. Azerbaycan Devleti yetkililerin de bu anlamda orta ve uzun vadeli planlamalar yaparak endeksteki yerini yukarıya doğru çıkarmaya çalışması stratejik bir önem taşımaktadır.

Alat yerleşiminde serbest ticaret bölgesinin organizasyonu bölgelerde lojistik ve ticaret merkezleri oluşturma süreci hızlandırılmalıdır. Ülkede gelişmiş lojistik altyapısının sağlanması, özel sektörün

katılımını daha da teşvik edilerek, bu alanda doğrudan yabancı yatırımların katılımı yaygınlaştırılmalıdır. Etkinliğin ve verimliliğin artırılması için dijitalleşmeye önem verilmelidir. Bu eylemlerin bir sonucu olarak gelecekte Azerbaycan'ın lojistik ve ticaret alanında bölgenin lideri konumuna yükselmesi temin edilmiş olacaktır.

2025 sonrası için belirlenen hedefler arasında Haydar Aliyev Uluslararası Havaalanı ve Alat topraklarında bulunan yeni Bakü Uluslararası Deniz Ticaret Limanı kompleksine güçlü bir lojistik ve ticaret merkezinin ve serbest ticaret bölgesinin oluşturulması yer almaktadır. Bu sürecin ilk aşaması tamamlandıktan sonra ilerleyen yıllarda merkezin kabiliyetlerinin artırılması gerekmektedir.

Rusya Ukrayna savaşının etkileri göz önüne alındığında, Azerbaycan'ın dünya enerji haritasındaki yeri ve AB ülkelerinin geleceği için taşıdığı önem daha net görülür hale gelmiştir. Taraflar bu havzada bulunan tüm ülkelerin üstünlüklerinin değerlendirilmesi ve kazan – kazan stratejisinin tesisi için daha cömert yatırımlar yapmaya gönüllü olmalı, bunun gerçekleşmesi önündeki bürokratik engeller hızla kaldırılmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akandere, G. (2016). Lojistik köylerin etkin yönetimi: Konya iline yönelik bir model önerisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 19(1), 167-184.
- Akpınar, E. (2005). Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) ham petrol boru hattı ve Türkiye jeopolitiğine etkileri, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(2), 229-248.
- Aras, O. N. (2006). Asrın anlaşması ve Azerbaycan ekonomisine etkisi. *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 30, 41-59.
- ASCO (2022). Azərbaycan Xəzər Dəniz gəmiçiliyi, <https://www.asco.az/az/pages/2> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)
- Asian Development Bank (2009). Azerbaijan: trade facilitation and logistics development strategy report.
- Aslanlı, K., (2018). Hazar Denizi'nin jeopolitik ve jeoekonomik konumu: enerji, taşımacılık, hukuk ve çevre boyutları, *İran Araştırmaları Merkezi*, 1-20
- Aydın, G. T. & Öğüt, K. S. (2008). "Lojistik köy nedir?" 2. *Uluslararası Demiryolu Sempozyumu*, 15-17Ekim 2008, 1439-1448, İstanbul.
- Azerbaijan Airlines. <https://www.azal.az/> (Erişim Tarihi; 13.04.2022)
- Azerbaijan State News Agency. <https://azertag.az/> (Erişim Tarihi; 09.03.2022)
- Azərbaycan Devlet Programı, (2016) "Azerbaycan Cumhuriyyetinde lojistik və ticaretin geliştirilmesi üzerine stratejik yol haritası".
- Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. <https://www.stat.gov.az/> (Erişim Tarihi; 09.03.2022).
- Azerbaijan Demir Yolları. (2017). <http://ady.az/>, (Erişim Tarihi: 09.03.2022).
- Azərbaycan Respublikasının Qanunu, (2010). "Azərbaycan Respublikası və Türkiyə Respublikası arasında strateji tərəfdaşlıq və qarşılıqlı yardım haqqında" Müqavilənin təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikasının Qanunu, <https://e-qanun.az/framework/21158> (Erişim Tarihi: 13.03.2022)
- AzVision, (2017). <https://az.azvision.az/> (Erişim Tarihi; 22.12.2021)
- Bay, M. ve Erol, F. (2016). Lojistik köylerin önemi ve intermodal taşımacılık faaliyetleriyle desteklenmesi: Karaman ilinde bir uygulama, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmaları Dergisi*, 18(30).
- BP, (2002), Statistical Review of World Energy, <http://www.bp.com> (Erişim Tarihi; 22.12.2021)
- BOTAŞ, Doğalgaz alım anlaşmaları <http://www.botas.gov.tr/faliyetler/antlasmalar/azerbaycan.asp>, (Erişim Tarihi; 22.12.2021)
- Christopher M. (2011). *Logistics & supply chain management*. 4 ED, UK.
- Cherp, A., & Jewell, J. (2014). The concept of energy security: Beyond the four As. *Energy Policy*, 75, 415-421.

- EIA, U. (2013). Caspian sea region: Overview of oil and natural gas in the caspian sea region. *Independent Statistics and Analysis*.
- Eker Ö., (2006). *Lojistik yönetimi ve tedarik lojistiği sürecinde performansın artırılması, İstanbul Teknik Üniversitesi SBE*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul.
- Ender, M. & Ahmedov, O. (2010). Türkiye-Azerbaycan petrol-doğalgaz boru hattı projelerinin ülke ekonomileri ve Avrupa birliği açısından önemi. *Türkiye'nin İktisadi Dönüşüm Süreci: İzmir İktisat Kongresi Anısına II. Ulusal İktisat Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir*, ss. 117-136.
- Empowering Logistic, (2016). <http://www.elalog.eu> (Erişim Tarihi; 09.03.2022)
- Erdoğan, N. (2017). TANAP projesinin Türkiye ve Azerbaycan enerji politikalarındaki yeri ve önemi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10 (3), 10-26*.
- Furuncu, Y. (2018). TANAP'ın Orta Asya ve Avrupa enerji pazarlarına etkisi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. *Yönetim ve Ekonomi, 25(2), 543-561*.
- Güven K., (2011). *Lojistik sektöründe durum analizi ve rekabetçi stratejiler*, No: 2010-70, İstanbul, İTO.
- Garibov, A., (2016). The trans-caspian corridor: geopolitics of transportation in central eurasia. *Caucasus International, 6(1), 67-83*
- Hamzeh, F. R., Tommelein, I. D., Ballard, G., & Kaminsky, P. (2007). Logistics centers to support project-based production in the construction industry. *In proceedings of the 15th annual conference of the international group for lean construction (IGLC 15) (181-191)*.
- Kavaz, İ., (2018). Türkiye'nin enerji merkezi olma sürecinde TANAP projesi. *Accelerating the world's research, 199(2-6)*.
- MEGEP, (2011). "Lojistik yönetimi", *Ulaştırma Hizmetleri*, Ankara, http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Lojistik%20Y%C3%B6netimi.pdf (Erişim tarihi 20.01.2022)
- Məmmədov Q. (2007). Torpaşünaslıq və torpaq coğrafiyasının əsasları, Ali Məktəblər Üçün Dərslik, Elm, Bakı.
- Mikail, E. H., & Tazegül, A. (2012). *Türkiye ile Azerbaycan siyasi ve ekonomik ilişkileri (1990-2005)*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Ministry of digital development and transport of the republic of Azerbaijan. <http://mot.gov.az/> (Erişim Tarihi; 13.04.2022)
- Port of Baku, <http://portofbaku.com/az/The-New-Port-at-Alyat/> (Erişim Tarihi; 09.03.2022)
- Resullu, R., & Aslanlı, K. (2012). Azerbaycan-Türkiye ekonomik ilişkileri: Temel eğilimler ve başarılar. *Azerbaycan-Türkiye: Dostluk, Kardeşlik ve Strateji Ortaklık, 77-102*.
- SOCAR, (2021). TANAP, https://socar.com.tr/tanap_aciliyor (Erişim Tarihi; 22.12.2021)
- Son Devir, (2015). İpek yolunda büyük iş birliği, <https://sondevir.gaste24.com/analiz/ipek-yolunda-buyuk-isbirligi-video-h279817.html> (Erişim Tarihi; 13.04.2022)

- Süleymanov, E., & Hasanov, F. (2013). Azerbaycan'ın Türkiye'nin enerji sektörüne yatırımlarının Azerbaycan-Türkiye ekonomik ilişkilerindeki rolü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Uluslararası Avrasya Strateji Dergisi*, 2(2), 73-100.
- Şen, İ. K. (2014). Lojistik faaliyetlerin yönetimi ve maliyetleme yaklaşımları. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 83-106.
- Tanyaş, M., & Hazır, K., (2011). *Lojistik temel kavramlar*. Çağ Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Tanyaş, M., & Paksoy, T., (2012). *Konya-Karaman bölgesi lojistik strateji planı ön hazırlık raporu*. MÜSİAD, Konya.
- TRACECA. Azerbajjan Transport Corridors, East-West, <http://www.traceca.org.org/tr/countries/azerbajjan/transport-corridors/east-west/> (Erişim Tarihi: 24.03.2022)
- USAID | DELIVER PROJECT (2011). *The logistics handbook: A practical guide for the supply chain management of health commodities*. Arlington, Va.: USAID | DELIVER PROJECT, Task Order 1.
- Üzümcü, A. & Akdeniz, S. (2014). Yeni ipek yolu: TRACECA ve Bakü-Tiflis-Kars demiryolu projesi. *Avrasya Etüdleri*, 45(1), 11-39.
- Wikipedia, (2022). Büyük ipək yolu, https://az.wikipedia.org/wiki/B%C3%B6y%C3%BCk_ip%C9%99k_yolu (Erişim Tarihi; 13.04.2022)
- Orhan, Z., O. (2003). Dünyada ve Türkiye'de lojistik sektörünün gelişimi. *İstanbul Ticaret Odası Yayın* (2003-39).
- Ziyadov, T. (2012). Azerbaijan as a regional hub in Central Eurasia. *Strategic Assessment of Euro-Asian Trade and Transportation*. Caspian Strategy Institute. Baku. Available online at http://wikileaks.org/gifiles/attach/37/37202_Azerbaijan%20as%20a,20.

Geliş Tarihi:

22.01.2022

Kabul Tarihi:

04.12.2022

Yayımlanma Tarihi:


31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Göçen, A. (2022). Ahilik: Eğitim açısından bir değerlendirme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1609-1625.

doi:10.46928/iticusbe.1061623

AHİLİK: EĞİTİM AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME

Derleme

Ahmet Göçen  

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Harran Üniversitesi

ahmet135@gmail.com

Ahmet Göçen, Harran Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde Doç. Dr. olarak görev yapmaktadır. Eğitim liderliği, sınıf yönetimi, eğitim tarihi ve değişim yönetimi alanlarında lisans/lisansüstü dersler vermektedir. Araştırma konularını eğitim kurumlarında ruhsallık, anlam, 21. yüzyıl becerileri ve etik oluşturmaktadır.

AHİLİK: EĞİTİM AÇISINDAN BİR DEĞERLENDİRME

Ahmet Göçen
ahmet135@gmail.com

Özet

Amaç: Çalışmanın amacı Türk tarihinde önemli bir yeri olan iş teşkilatı Ahiliği incelemek; bu bağlamda günümüzdeki eğitim ve öğretim süreçlerine ilişkin değerlendirmelerde bulunmaktır.

Kapsam: Sanayi devrimi sonrasında iş dünyasının yaşamış olduğu materyalist değişimler iş örgütlerini, eğitim kurumlarını ve toplumları derinden etkilemiştir. İşyerlerinde yüksek kazanç ve üretim performansı önem kazanmış, toplumlarda tüketim artmıştır. Bu açıdan sürdürülebilir kalkınma için etkin değerler sistemine sahip bir iş kültürüne ve destekleyici eğitim anlayışına ihtiyaç vardır.

Yöntem: Çalışmada Ahilik ve eğitim kapsamındaki bulgular ve tarihi anekdotlar incelenmiş olup vurgulanan noktalar alanyazın doğrultusunda irdelenmiştir.

Sonuç: Çalışmada Türk kültüründen Ahilik kurumu, Fütüvvet, Tasavvuf ve ruhsal değerler incelenmiş; son bölümde örgütler açısından Ahi öğretmen ve eğitime ilişkin çıkarımlar tartışılmıştır. Ahilik değerlerinin günümüzde aynı farkındalık ile vurgulanması geçmişten gelen birlik, beraberlik ve anlam bağının sağlam kalmasını sağlayabilir.

Özgünlük: On üçüncü yüzyılda Anadolu'da kurulan Ahilik eğitim, ahlak ve ticaret gibi sosyo-ekonomik unsurları bir araya getirerek arzulanan toplum yapısının sürdürülmesinde kritik bir işlev görmüştür. İdeal eğitim süreçleri için geçmişten ders almak ve bunları modern dünya ile harmanlamak Türk eğitim sistemine katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Ruhsallık, Ahilik, Eğitim, Tasavvuf, Ahi Öğretmen

JEL Sınıflandırması: I29

AKHISM: AN EVALUATION IN TERMS OF EDUCATION

Abstract

Purpose: The aim of the study is to examine the business organization Akhism, which has an important place in Turkish history, and to make evaluations about today's education and training processes.

Scope: The materialist changes experienced by the business world after the industrial revolution have deeply affected business organizations, educational institutions and societies. High revenues and production performance have gained importance in workplaces, and consumption has increased in society. In this respect, a business culture with an effective value system and a supportive education approach are needed for sustainable development.

Method: In the study, the findings and historical anecdotes within the scope of Akhism and education were examined, and the highlighted points were discussed in line with the literature.

Conclusion: In the study, Akhism institution, Futuwwa, Sufism and spiritual values from Turkish culture were examined. In the last part, the implications for Akhi teacher and education in terms of organizations are discussed. Emphasizing the values of Akhism with the same awareness today will ensure that the unity, togetherness and meaning bond from the past remain intact.

Originality: Founded in Anatolia in the thirteenth century, Akhism played a critical role in maintaining the desired social structure by bringing together socio-economic elements such as education, morality, and trade. Learning from the past and blending them with the modern world for ideal education processes can contribute the Turkish education system.

Keywords: Spirituality, Akhism, Education, Sufism, Akhi Teacher

JEL Classification: I29

GİRİŞ

Toplumlara yön vermek için arzulanan liderler kadar toplumu oluşturan insan yapısı önemlidir. “Nasılsanız öyle yönetilirsiniz” hikmetince toplumlar kendini kurtuluşa erdirecek ideal insan oluşumu için büyük çaba sarf etmektedir. Bu ideal insan tipi dini yaşamda, iş hayatında, toplumsal hayatta ve gündelik ilişkilerde farklı yorumlansa da hepsi aynı yöne, yani sorumluluk, vicdan, emek sahibi ve dürüst insan tipine işaret etmektedir. Tüm toplumlar işi ve emeğin hakkını kendi içinden en layığına, yani işin ehline vermek ister. Bu doğrultuda devletler kendi misyonuna uygun şekilde milli ve evrensel değerler üzerine kurulu bir gelecek inşa etmeye çalışmaktadır. Bu inşa süreci, ideal eğitim ve güçlü bir kültür aktarımı üzerine kuruludur.

Türk toplumunun geçmişinde ideal toplum inşasında eğitim ve iş açısından önemli örneklerden biri Ahilik anlayışıdır. Yeni neslin yetiştirilmesinde 21. yüzyıldaki gelişmeler ile geçmişten ders almak, bunları harmanlamak hem milli kültürün korunmasını hem de modern dünya ile uyumlu ilerlemeyi kolaylaştıracaktır. Bu açıdan çalışmanın amacı Türk tarihinde önemli bir yeri olan iş örgütlenmesi “Ahiliği” incelemek; eğitim ve öğretim bağlamında değerlendirmelerde bulunmaktır.

AHİLİK VE FÜTÜVVET

Ahilik, mesleki bir teşkilatlanma olup kökeni fütüvvet anlayışına dayanmaktadır. Mertlik, yiğitlik gibi anlamlara gelen fütüvvet (Demirci, 2009) toplumun sosyal açıdan adil ve eşit şekilde hareket etmesinde önemli roller oynamıştır. İyi huylara sahip olup nefisle mücadele, Allah’ın emirlerine uyma, kendini halka ve Hakk’a adama, iyilikte bulunma, cömertlik ve konukseverlik, din ve mezhep farkı gözetmeksizin bütün insanlara sevgi besleme, destek çıkma, alçak gönüllülük fütüvvetin gereklerindedir (Dilik, 1988, s.59).

İslam öncesi döneme dayanan fütüvvet Abbasi Halifesi Nâsır Lidinillah’ın zamanında devletin giderek gücünü kaybetmesini engellemek için devlet teşkilatı şeklinde yapılanmıştır (Erdem, 2021). Halife devletin otoritesinin yeniden kurulmasında ve toplumsal huzurun sağlanmasında fütüvvetin büyük bir güç olacağını düşünmüş ve fütüvvet ehlini siyasi otoriteye bağlı bir kurum etrafında toplamayı hedeflemiştir (Çakmak, 2014). Tasavvuf etkisinde fütüvvet hareketi, kabile değerlerinden soyutlanıp İslâm’ın yüksek insan idealine yönelirken Halife Nâsır ile merkezî bürokratik bir kuruma dönüşmüştür (Akça, 2017, s.41). İslam dininin ilk asırlarında kurumsallaşan, genç sanatkâr ve zanaatkârlar ile şekillenen “fütüvvet” anlayışının Anadolu’ya özgü bir kavram olan Ahiliğin oluşumunda önemli katkıları olmuştur (Dilik, 1988). Ahilik bu açıdan Türk fütüvvet yapılanması olarak tanımlanabilir (Akça, 2017).

XI. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Anadolu’ya gelen göçebe Türklerin yerleşik hayata geçmesi, Anadolu’da yeni oluşan esnaf ve sanatkâr zümresinin diğerlerine karşı menfaatinin korunması ve

Moğol saldırısına karşı savunma ihtiyacı toplumsal örgütlenme ve Ahilik için ortam hazırlamıştır (Günay, 1998, s.71). Şen (2012, s.615) batıdan gelen haclı seferleri ve doğudan gelen Moğol istilaları sonrası Anadolu’da devletçe uygulanan birtakım uygulamalar olduğundan bahsederken yeniden canlanma ve kuruluş için Ahiliğin toplumu bütünleştirme, yönlendirme ve eğitim tarzı ile yeni oluşumun önemli bir unsuru olduğunu belirtmektedir.

Halife Nasır’ın çabaları ve Gıyaseddin Keyhüsrev, I. İzzettin Keykavus ve I. Alaaddin Keykubat gibi Selçuklu sultanlarının desteği ile Ahilik anlayışı Anadolu’ya taşınmış ve ileride daha çok kurumsallaşacak bir yapıya bürünmeye başlamıştır. Ahiliği Anadolu’da XIII. yüzyılın ilk yarısında manevi eğitim temelinde teşkilatlandıran en önemli kişi Ahi Evran (1175-1262) adıyla bilinen Şeyh Nas’rûddin el-Hoyî’dir. Ahi Evran, halkın ekonomik durumunu iyileştirmeye dönük doğru bir inanç ve eşitlikçi ekonomik aktivite mantığı ile işe ayakkabıcı ve saraç esnafını teşkilatlandırmakla başlamış; kısa sürede üstün becerisi, ahlaki sağlamlığı ve hakseverliği ile büyük bir saygı toplayarak kurduğu teşkilatın “Ahi Babası” olmuştur (Gündüz, Kaya ve Aydemir, 2012, s.39). Ahiler, bu şekilde fütüvvet değerlerinden ve ruhundan beslenerek Anadolu topraklarında Ahi Evran ile mesleki teşkilatlanmaya başlamıştır.

Ahi kelimesi feta, civanmerd, ayâr veya ayyaran şeklinde farklı dönemlerde kullanılmış ise de bu kavramlara örnek insanlar olarak İslam Peygamberi Hz. Muhammed ve onun ehl-i beyti olan Hz. Ali verilmiştir (Akkuş, 2005, s.87). Ahiler için her bir meslek dalının bir piri bulunmaktadır; genelde bu pirler peygamberlerden ve sahabelerden kabul edilmiştir. Örneğin, Hekimlerin piri: Hz. Lokman, Seyyahların piri: Hz. İsa, Terzilerin piri: Hz. İdris... (Çoban, 2018).

Hile yapmamak, yalan söylememek, hak ve adalet sever olmak gibi iş ahlakının temelini oluşturan erdemler Ahiliğin de temel ilkeleri olarak geçmektedir. Kazançta bencillik etmemek yani kendinden önce başkalarını düşünmek, kanaat ve tevazu gibi hak ölçüleri, birlik ve beraberlik için dayanışma Ahiliğin dini ve sosyal öğretilere olan bağlantısını göstermektedir. Ahilik, esnaf ve sanatkâr örgütlenmesi olarak çalışanların ve toplumdaki tüm bireylerin-kişilik ve ahlaki yapılarına destek çıkan mesleki kurum özelliğini uzun yıllar korumuştur (Çakmak, 2014, s.146). Ahilik teşkilatı, Anadolu’daki sosyal yaşamı düzenleme rolüyle Osmanlı tebaasını kötü akımların etkisinden kurtarmak ve devletin ihtiyacı olan askeri güce katkıda bulunmak gibi çok önemli görevleri yerine getirmiştir (Günay, 1998; Gündüz vd., 2012). Ahiler, çalışan gençleri zaviyelere bağlayarak onları manevî ve ahlaki yönden eğitmeye çalışmıştır. Ahi babalarının elinde yetişen genç zanaat ve sanat erbabı, görevini hakkaniyet ölçüsüyle ve diğer iş arkadaşlarına zarar vermeden yerine getirmiştir. Ahilik yapılanması Osmanlı’da uzun yıllar topluma ve devlete önemli katkılar sağlarken Ahi birlikleri coğrafyanın genişlemesi, sanayileşme, seri üretim, devlet atamaları, kapitülasyonlar vb. faktörler sonucunda 1727’den itibaren tamamen loncalaşmış ve Gediklik oluşmuştur. 1861 yılında Gediklik, 1912’de de Lonca çıkarılan bir kanunla kaldırılmıştır (Akbaş vd., 2018; Balcı, 2019; Keleş, 2017, s.153).

AHİLİKTE EĞİTİM VE TASAVVUF

Ahilik, tasavvufi niteliklileri sayesinde esnaf kesimiyle kaynaşarak Anadolu'da güçlenen mesleki bir örgüt olarak tanınmaktadır. Ahilik, yamak-çırak-kalfa-usta hiyerarşisini kurarak bu kademelerdekiler arasında baba-evlat ilişkisi gibi içten bağlar oluşturmuş; sağlam ahlâkî ve mesleki temellere dayanmıştır (Gündüz, Kaya ve Aydemir, 2012, s.38).

Ahi teşkilatı meslek örgütü olması dışında bir eğitim ve öğretim ocağıdır (Selvi, 2016). Ahilik teşkilatı, üyelerinin bireysel ve grup olarak eğitimlerine önem vermiş; sistem içinde bireysel, takım halinde ve örgütsel öğrenme fırsatlarını üyelerine tanımıştır (Eroğlu ve Bektaş, 2022). Ahi birliklerinde; tedricî (tümevarım), soru-cevap, örnek alma, didaktik nitelikli sohbetler, telkin, temsili hadiseler ve örneklemelerle kişiyi ahlaki yönlendirme ve ayrıca sema, sohbet ve zikir gibi metotlar üzerinden de kişilere ilmi ve ruhsal eğitimler verilmiştir (Keleş, 2017). Ahilikte meslek kademelerindeki yamak, çırak, kalfa ve ustalar gerek bireysel gerek sistemsel yapı içinde, öğrenerek iş başı ve iş dışı eğitimlerini tamamlamıştır. Ahi eğitiminde temel basamak yamaklıktır. Yamaklık erken yaşlarda bir çocuğun bir sanat öğrenmesi amacıyla velisi tarafından ustaya teslim edilmesiyle başlar. Birebir eğitim ocağı olarak Ahilik kurumları yamak ve çırakların okuryazarlık vasfına sahip olmalarına önem vermiştir. Ahilikte okuryazarlığı olmayana fütüvvet düşmeyeceği fikri kabul görmüş; Ahi zaviyelerinde okuma yazma ile dini ve ilmi eğitimler, edep/adap dersleri, Kur-an-ı Kerim, Türkçe, Arapça dersleri ve kabiliyeti olanlara da güzel yazı, musiki vb. dersler verilmiştir (Demirpolat ve Gürsoy, 2004, s. 368). Bu sayede bir saraç çırağı iken ilmi eğitim alan Baki, Divan edebiyatının saygın şairlerinden biri olmuştur (Ekinci, 1989).

Durak ve Yücel (2010, s.154) yamaklık ve ustalık arasındaki süreci şu şekilde özetlemiştir: Yamaklık eden çocuk iki yıl boyunca sürekli ustasının yanında deneyim kazanır ve ustasının, kalfaların, velisinin ve esnaf şeyhinin katıldığı bir törenle çıraklığa yükselirdi. Çıraklıkta usta ve çırak ilişkisi baba/oğul ilişkisine benzer olup çıraklık süreci sadece iş hayatını değil çırağın manevi gelişimini de kapsamaktaydı. 1001 gün süren çıraklık sonunda belirli olgunluk ve beceriye ulaşan çırak teşkilata bildirilir ve ustası tarafından beline peştamal bağlanarak kalfalığa terfi edilirdi. 3 yıl boyunca mesleki adap gösterilerek yapılan kalfalıkta kişi en az 3 çırak daha yetiştirdikten sonra ustalık meclisi ve sınavına tabi olurdu. Ustalık aşamasına gelenlere, yapılan törenle ustası tarafından ustalık peştamalı giydirilirdi. Yeni usta olan kişiye işini kurabilmesi için Ahilik teşkilatınca kurulan orta sandığından ve eski ustasından nakdi destek sağlanırdı. Orta sandıklarının ilkeleri günümüzdeki kooperatif işletmelerine benzemektedir (Eroğlu ve Bektaş, 2022). Ahi birliklerinin iktisadi yapılanmasında orta sandıklarının özel bir yeri olup bu sandıklar sosyal dayanışmayı sağlama ve çalışanlar için sosyal güvenlik işlevi görmek gibi bir görevi üstlenmekteydi. Ayrıca Ahilik teşkilatında hiyerarşik yükselmeye uygulanan merasimlerin de özel bir yeri vardı; bu merasimler Ahilik felsefesinin mesajlarını bir sonraki kuşağa iletme görevini üstlenmiştir (Gürsoy, 2003, s.216). Ahilikte ustalıktan sonra da Nakip, Halife, Şeyh-ül Meşayih gibi kademeler olup bu isimler genel itibariyle meslekî

yapılanmadaki idarî dereceleri yansıtmaktadır; bu kademeler de zamanla Yiğitbaşı, Kethüda, Nakip ve Şeyh şeklinde değişmiştir (Keleş, 2017, s.123).

Dini ve sosyal açıdan ideal insan inşasını amaçlayan Tasavvuf, Anadolu’da Ahilik sistemi ile iş odaklı örgüt kültürüne yansımıştır. Tasavvufi bir temelde tekke-zaviye usulüne göre şekillenen Ahilik iş hayatında kalite ve düzeni sağladığı kadar çalışanların ahlaki yaşamlarını düzenleyen ve toplumun iyiliği için yön veren bir kurum olmuştur. Günay’a göre (1988, s.72-73) ahi zaviyeleri bir tarikat olmasa da tarikat tekkeleri gibi fonksiyonları yerine getirmiştir. Buna göre, teşkilat yapısında Ahi Baba, Şeyh, Nakibün-Nukeba, Nakib, Yiğitbaşı gibi dereceler de mevcut olup, en aşağıda fütüvvete yeni bağlananlar yer almaktadır. Böylece bir mesleğe girmeyele meslekte yükselme, onun sürdürülmesi, hatta üyelerinin tüm kişisel ve sosyal hayatı fütüvvetin dinî ve ahlaki değerleri çerçevesinde düzenlenmektedir. Bu süreçte kişinin iş becerisi kadar iç mahiyetinin gelişimine de dikkat edilmektedir. Demirpolat ve Gürsoy’a göre (2004, s.370) Ahilik ne sadece bir tarikat ne de sadece bir esnaf teşkilatıdır, aslında iki yapının özelliklerinin uyumlu bir bütünüdür.

Ahilik teşkilâtında eğitimin üç odağı (ahlâk, bilim ve çalışma) olup Ahiler “Hiç ölmeyecekmiş gibi dünya için, yarın ölecekmiş gibi ahiret için çalış” ilkesini kendilerine rehber edinmişlerdir (Kılavuz, 2005, s. 620). Ahiliği uzun süre ayakta tutan özellik; süreklilik ve kararlılıkla uygulanan değerler eğitimi olduğu ve Ahilik sisteminin başarısında ahlaki değerlerin eğitimin her aşamasına yansıtılmasının en önemli faktör olduğu anlaşılmaktadır (Ünsür, 2020). Ahilikte gündüz işyerinde ustası ile iş hayatına hazırlanan gençler akşam zaviyelerde dinî ve ahlâkî eğitimlerini almaktaydılar. Kılavuz’a (2005) göre eğitimin beşikten mezara kadar devam eden bir süreç olarak görüldüğü Ahilik, asırlar öncesinde uygulanmış “hayat boyu eğitim” modelinin bir örneğidir. Ahilik aynı zamanda bugünkü çerçeveden genel değerlendirildiğinde bir yaygın eğitim türüdür (Çoban, 2018). Ahilik mesleki eğitimi ve hayat boyu öğrenme yönleriyle günümüzde ihtiyaç duyulan deneyimleri içermektedir (Eroğlu ve Bektaş, 2022)

Ahilikte çıraklık ustayı gözleme ve model alma yoluyla öğrenme üzerine kuruludur (Kılavuz, 2005). Yasa gibi kural belirleyici kavramlara yakın bir terim olan fütüvvetnâmelere göre öğrenci çıraklık sürecinde en az 124 adap ve erkân kaidesi öğrenirken, ustalıkta ise 740 adap ve erkânı bilmesi ve uygulaması beklenir (Kaya, 2013, s.49). Ahide bulunması gereken özelliklerin aktarıldığı fütüvvetnâmelere göre ahlâk eğitiminde yer alan dört temel ilke “ıffet, şecaat, hikmet ve adalet” ve bunlara bağlı sekiz temel değer ise “cömertlik, tövbe, doğruluk, hidayet, alçak gönüllülük, emniyet, vefa ve öğüttür” (Kaya, 2013, s.41).

Günümüzde mesleki eğitimde din ve genel kültür derslerinin olması aslında Ahilikte hedeflenen ahlâk, bilim ve çalışma hayatı birliğinin kurulmasına yöneliktir. Ahilik esaslarının günümüz modern eğitim dünyasına ve mesleki eğitimine kazandırılabilmesinin en önemli çıktısı kişinin kendi menfaatine bir gelir veya konum elde etmesinden çok bu eğitimi alarak kendine ve topluma en büyük katkıyı veya faydayı sağlayacağı düşüncesidir. Birinci düşünce büyük oranda kapitalist bir anlayıştan

kaynaklanmakla birlikte ikinci düşünce doğal olarak her şeyin eşit dağılmadığı bir sistemde sosyal adalet çabasındaki sistemi simgelemektedir. Ahilik kurumunda ekonomik hayat ve etik ilkeler birlikte işleyerek toplumda adaletsiz gelir dağılımını engellemektedir (Eroğlu ve Bektaş, 2022).

Eğitim sistemleri erdemli birey yetiştirme üzerine odaklanmaktadır. Erdem sorunu yaşanan bir sistemde amaçlar ne kadar toplumcu olsa devlet kontrolü olmadığı durumlarda bazı kişilerin çıkarıcı yönlerinden toplum çok olumsuz etkilenebilmektedir. İdeal toplum, devletin doğrudan kontrolü veya yaptırımını olmadığı durumlarda bile kişilerin vicdan ve ortak değerler ile hareket edebilmesi ile oluşur. Ne yazık ki iktisadi öncelikleri yücelten kapitalizmin etkisiyle iş hayatı ve sosyal hayatın neredeyse bütün bölümlerinde ahlaki sorunların artması muhtemeldir (Ünsür, 2020). Bu açıdan ahlaki değerleri korumak ve meslekleri buna uygun yapabilmek için değerlere dayalı bir eğitime ihtiyaç vardır (Kuçuradi, 2003). Ahilik, etkin değerler sistemine sahip eğitim yapısı ile ideal toplum ve meslek adabının oluşumuna önemli destekler sağlamıştır.

AHİLİK KÜLTÜRÜNÜN BİR UZANTISI: İŞYERİ RUHSALLIĞI

Geride bıraktığımız maneviyat temelli eğitim ve yönetim anlayışı bugün Batı toplumlarında “işyeri ruhsallığı ve ruhsal liderlik” (Fry, 2003) kapsamında belirmektedir. Bu olgu laik ruhsallık anlayışlarını (Göçen ve Özgan, 2018) da içererek yayılmaktadır. İşyeri ruhsallığı çalışmaları Ahilik anlayışının ruhsal temelinde yatan Tasavvuf ile benzer ilkelere dayanmaktadır: içsel gelişime odaklanma, hayatın anlamını arama, öz benliği sorgulama, grup içi ilişkilerde sevgi, güven ve birlikteliği öncelikle, aşkın amaçlara hizmet etme ve ben ötesine ilişkin derin bir farkındalık geliştirme. Bu özellikler hem Tasavvuf mertebelerinde hem de motivasyon teorilerinde görülmektedir. Transpersonel psikoloji ile ilgili ilk söylemleri ortaya atan Maslow’un sunmuş olduğu ihtiyaçlar hiyerarşisi dini anlamda Tasavvuf’ta geçen nefis mertebeleriyle uyumaktadır (Kuşat, 2002). Tasavvuf’ta “insan-ı kâmil” mertebesi ile elde edilen meziyetlerin sosyal anlamda göstergeleri ihtiyaçlar hiyerarşisinin “kendini gerçekleştirme” ve “öz aşkınlık” boyutunda bulunabilir. Kuşat’a (2002) göre kendini gerçekleştirme seviyesindeki kişi evreni bir bütün ve ayrılmaz bir tek parça gibi görür ve insanlar arasında birlik, bütünlük ve kardeşliğin gelişmesi için çaba sarf eder. Kâmil insan özelliklerini taşıyan bir insan; merhamet, şefkat ve sevgi ile içselleşmiş, insanlara hizmet eden ve onların nefisini önceleyen bir kişiliktir. Yıldırım’a göre (2017) kâmil insan olma yolunda kişi halktan Hakk’a gidip hak alır, halka getirir; yani ariflik, erdem ve bilgelik asıl sahibinden alınır ve halka dağıtılır, topluma örnek olunur.

Küresel anlamda pozitivism, materyalizm vb. akımlar ile yükselişe geçen paradigmlar ile ruhsallık temelli konulardan toplumlar kopmaya başlamış, dini değerler çerçevesinde oluşturulan iş örgütleri de bundan etkilenmiştir. Sanayi devrimi ile güçlenen sermaye gücü Ahiliği ne kadar olumsuz etkilediyse de ilgili değerlerin de bir o kadar maddiyatın arkasında kalmasına sebep olmuştur. Dinin yanlış yorumlanması, din adına denerek yapılan yanlış uygulamalar ve farklı görüşler ruhsallık ve maneviyat olgularını daha fazla geriye itmiştir. Bu durum Anadolu topraklarında ve dünyanın her

yerinde gözlenir bir hale gelmiştir. Charles Darwin, Karl Marx, Sigmund Freud ve Friedrich Nietzsche gibi yazarların fikirleri dinlere karşı bir hareketin başlamasına sebep olmuş; ahlaki eğitim ailelere ve informal gruplara bırakılmıştır (Lapsley & Yeager 2013; Akt. Forsythe, s.28, 2016). Gelişen süreçte örgütlerde dini temellerinden dolayı maneviyat ve ruhsallık olgularının arka planı atılması ve kapitalin önem kazanması, insan faktörünün maddi sermayeden farksız görülmesine sebep olmuştur. Materyalizm ve pozitivizm gibi yaklaşımlar insanın arzularına hoş gelecek şekilde modern insanı zihnen ve manen ablukaya almış; para kazanmayı, hırsı, kariyeri, tüketmeyi ve rekabeti birincil motivasyon haline getirmiştir (Seyyar, 2009). Ahilik dini ve evrensel öğretileri baz alarak esnafın belli kalitede eşit ve sürdürülebilir miktarda kazanmasını hedeflerken modern dünya parası olanın rekabetçi gücünü arzulanmıştır.

Sanayi devriminden sonra İnsan İlişkileri Yaklaşımı çerçevesinde insanın maddi ve manevi ihtiyaçları ile çalışma ortamını uyumlaştırmaya çalışan bir süreç ortaya konulmuştur (Kavi, 2015, s.104). Fakat geçen süreye rağmen bazı modern işletmelerin çalışan stresini ve tatminsizliği ortadan kaldırmak için sunduğu kişisel gelişim girişimleri yine maddi kazanç eksenli olabilmektedir. Modern çağda tüm kurumları aynı kefeye koymak mümkün olmasa da kimi zaman işletmelerin öncülük ettiği hak temelli kampanyaların birincil amacının insanlara işletme hakkında olumlu his vermek olduğu söylenebilir. Ne yazık ki modern işletmeler kuruşa dayalı alışveriş sistemi dâhilinde çalışanların iş tatminlerini bazen sadece iş performansını artırıcı eylemler için destekleyebilmektedir. Buna karşın maddiyattan çok insan ruhunun değer göreceği bir kurumda ruhsal ve anlamlı liderler (Bkz, Fry, 2003; Göçen, 2021) etik bir yönetim kadrosu kurmakta ve çalışanlarının kalbi bütünlüğüne hizmet etmektedir.

Modern işletmelerin işyeri ruhsallığı boyutları- anlam, gerçek benlik algısı, aşkınlık, topluluk hissi ve değerler (Özgan, 2017)- üzerine bir yapı kurması ile gerçek anlamda ideal çalışma kültürüne geçiş sağlanabilecektir. Bugün meslek örgütleri eğitim paradigmasını Ahilik çerçevesinde yeniden yapılandırmalı ve bu durumları göz önüne almalıdır. Ahilik öğretileri ve evrensel değerler çerçevesinde ele alınacak bir iş modeli, kurum yöneticilerinin ruhsal liderlik vasfını elde edebilmeleri dâhilinde çalışanların ruhsal ihtiyaçlarını tatmin etmede fayda sağlayacaktır. Bir iç denge ölçüsü olarak ruhsallık bireylerin toplumsal ilişkilerini sağlıklı bir şekilde yeniden düzenlemesini sağlayarak sosyal sermayenin güçlenmesini sağlaması dışında iş hayatında bozulan işçi-işveren ilişkilerini de yeniden düzene koyan bir araç özelliği göstermektedir (Seyyar, 2009).

Badrinarayanan ve Madhavaram (2008, s.431) işyerleri üzerinde yaptığı çalışmada işyeri ruhsallığı boyutlarının- işsel benlik, anlamlı çalışma ve bağlılığın- bir sonucu olarak “işin kutsallaşmasından” bahsetmekte ve işyeri ruhsallığını destekleyen organizasyonların, çalışanlara ilişkin sonuçları- işin kutsallaşması, iyilik/esenlik, etik davranış, iş bağlılığı ve iş doyumunu – etkileyebileceğini ifade etmektedir. Ahilik teşkilatı çalışmayı ibadet olarak gören kişilerden oluşan ve bu olgunluğa sahip olabilecek kişileri yetiştiren bir teşkilattı (Gürsoy, 2003, s.211). Bu açıdan işini kutsal gören çalışan ve işverenlerin iyilik/esenlik, etik davranış, iş bağlılığı ve iş doyumunu gibi durumlarda aşkın bir

çalışma kültürüne sahip olması beklenebilir. Eğitim kurumlarında bu çalışma kültürüne kaynak olacak öğrenci yetiştirme modeli Ahi öğretmenler ile kurulabilir.

AHI ÖĞRETMENLER

Ahilikte bir genç başladığı sanatın veya mesleğin inceliklerine tam vakıf oluncaya kadar ustasının yanında öğrenimine devam etmek ve dediklerini yerine getirmek durumundadır (Gemici, 2010, s. 78). Ahilikte mesleki eğitim ile ahlak eğitiminin birleşmiş haliyle İslami öğretiler ve değerler ön plandadır. Eğitimde kişilere örnek olarak teşkil edeceklerin başında peygamberler gelmektedir. Tüm dinlerde geçen peygamberler, bulunduğu zamanın dinamiklerini devrimci bir nitelikte değiştirmeye çalışmıştır. Beyazın diğerine üstün kabul edildiği bir dönemde İslam peygamberi Hz. Muhammed eşitliği topluma benimsetmiştir (Bkz. Veda Hutbesi. Akt. Erul, 2012). Ebu Said'e "Gerçek olana erişmiş ruhani rehber kimdir?" diye sorulduğunda şu şekilde cevap vermiştir (Vaughan-Lee, 1995, s.38):

- Birincisi, bir öğrenci sahibi olabilmek için kendisi bir amaç haline gelmeli.
- İkincisi, yolu gösterebilmek için mistik yolu kendisi dolaşmış olmalı.
- Üçüncüsü, eğitimci olabilmesi için incelikli ve eğitilmiş olması gerekir.
- Dördüncüsü, cömert ve kibirsiz olmalı, böylece öğrenci adına zenginliğini feda edebilir.
- Beşincisi, öğrencinin servetinde eli olmamalı, böylece kendisi için kullanmak aklından geçmemeli.
- Altıncı, bir şeyleri doğrudan anlatmak yerine mümkün oldukça işaretler ile yönlendirmeli.
- Yedinci, nezaketle eğitim verdiğinde şiddet ve sertlik kullanmaz.
- Sekiz, her neyi söylese önce kendinin başarmış olması gerekir.
- Dokuzuncu, öğrenci için neyi yasaklarsa kendisi için de aynı olmalı.
- Onuncu olarak, Allah uğruna kabul ettiği öğrenciyi dünyevi sebepler uğruna terk etmemesi gerekir.

Bu şekilde on temelde oluşacak bir öğretmen öğrenci ilişkisi aslında arzu edilen bir resimdir. Bir amaç haline gelebilmek, öğretilecek konuları önceden deneyimlemek, eğitimci olabilmek için iyi eğitilmek, dediğini başarmak, yasakladığını yapmamak rol model olmaya; kibirsiz yaklaşım, paylaşımda cömertlik, öğrenciden maddi gelir beklememe, eğitimde dünyevi sebeplerin peşinden koşmama, nezaket, sertlikten uzaklaşma temel insani değerlere; doğrudan anlatım yerine yönlendirme kullanmak ise yapılandırmacılığa işaret etmektedir. Bu ilkelerin hayat bulduğu bir eğitim sistemi toplumda gerçek değerler üretmeye daha elverişli olacaktır. Günümüz açısından modern kurumlar için Ruhsal Liderlik (Fry, 2003) ve Anlamlı Liderlik (Göçen, 2021) ahi öğretmen anlayışı için geniş bir çerçeve sunabilir.

Ahi öğretmenler anlam ve milli kültür bilinciyle materyalizmin negatif etkilerine karşı okullarda set oluşturabilir. Nitekim Lapsley (Kişisel görüşme, 7 Ağustos 2017) 1980-90'lardaki liberalleri suçlayan tartışmaların ana temasını şu şekilde özetlemiştir: "Ergenler uyuşturucu kullanıyor; suçlu, çocuk sahibi oluyor, okuldan uzak, saygısız vb...okullar artık ahlak ve karakter ile ilgili bir şeyler öğretmemektedir." Bu durum sadece Batı toplumlarında değil Doğu ülkelerinde de görülebilmektedir. Massoudi (2002) Vedanta, Zen Budizmi ve Tasavvuf bağlamında öğrenci ve öğretmen konulu çalışmasında Doğu geleneklerinden görülen öğrenci ve öğretmenin gereksinimlerini, özelliklerini incelemiş ve bugünkü eğitim sistemimizde aynı niteliklere de ihtiyaç duyulduğunu ifade etmiştir. Ahi öğretmenler ile etkili bir karakter eğitimi okullarda evrensel değerler ile uyumlu milli bir ruhun en küçük yaşlarda yeşermesini sağlayabilecek niteliktedir. Bu nedenle erken eğitimden itibaren bu bilinci öğrenciler ile güçlendirecek "ahi öğretmenlere" görevler düşmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ahilik; eğitim, ahlak ve ticaret gibi sosyo-ekonomik unsurları bir araya getirerek arzulan toplum yapısının kurulmasında önemli rol oynamış; vatandaş ile devlet, zengin ile fakir, üretici ile tüketici, emek ile sermaye arasında güvenilir bir ilişkiler ağı oluşturmayı başarmıştır (Mamuti, 2017). Aradan geçen zamana rağmen Ahiliğin halen etkilerinin devam ettiğini görmek için Türkiye'de herhangi bir sanat kolunda usta-kalfa-çırak ilişkisine bakmak yeterli olacaktır (Balcı, 2019); çırak-kalfa-usta üçlüsüne giden yolda Ahilikteki çalışmalar ve yapılan törenler modern kurumlara yansıtılmıştır (Gemici, 2010, s.92). Ahilik sadece iş anlamında değil; dil, edebiyat, sanat, örf ve adetlerimizde etkisini göstermekte, medeniyet tasavvurumuzun sürdürülmesinde zengin bir miras olduğu için bu kaynaktan yararlanma imkânımız halen devam etmektedir (Şen, 2012, s.615). Ahilik değerlerinin işbaşı ve meslek eğitimlerinde aynı farkındalık ile vurgulanması iş örgütlerinde geçmişten gelen birlik, beraberlik ve anlam bağının sağlam kalmasını sağlayabilir.

Günümüzde saygı olgusu kazanç, itibar, eğitim, konum vb. birçok farklı faktöre göre şekillenirken Ahilikteki usta-çırak ilişkisinde "eğitimin başı edeptir" mantığı ile saygı tüm sisteme dağıtılmış ve önemle korunmuştur. Nitekim Selçuklu ve Osmanlı devletlerinde öğretmenlik (muallim/müdürrislik) toplumda anne ve baba eşdeğerinde bir saygı ile karşılanmıştır. Bugün eğiten ve iyileştiren meslek gruplarına karşı hassasiyetin azalmasında mesleklere biçilen maddi değer ve bu mesleklere ilişkin sosyal medya dezenformasyonlarının ön planda olması etkili olabilmektedir. Bu gelişmelere cevap olarak sistemsiz girişimler dışında okullar öğretmenin ruhsal oluşumuna destekle öğretmen etkililiğini sağlayabilir (Barsh, 2015). Öğretmenlerin anlam dünyaları ile iş yapıları güçlendirilerek olumsuz etkenlere karşı dayanıklılıkları artırılabilir. Ayrıca saygı, sevgi, alçakgönüllülük gibi olumlu duyguların kurum içerisinde güçlendirilmesi olumlu atmosferi tetikleyecek ve toplumu dolaylı olarak etkileyecektir.

Ahilik eğitiminde belli ahlâkî değerlere sahip olmakla birlikte asıl önemli olan bu değerlerin davranışlara aksettirilmesidir (Kaya, 2013). Nitekim Ahiliğin değer sistemine ve söylemine

yakışmayacak her davranış yaptırma tabi tutulmuştur. Örneğin kötü söz söylemek ve küfürli konuşmak gibi durumlarda kişinin esnafıktan çıkarıldığı ve yeni dükkân açmasına izin verilmediği (Kütükoğlu 1986; akt Akça, 2017, s.54) bilinmektedir. Böylesi bir ahlâkın yerleşmesi ciddi ve sistemli bir eğitimle mümkün olabilir. Modern eğitim kurumları en temelden üst öğretime kadar olumlu davranışları pekiştiren ve yanlışları uygun yaptırımlar ile engelleyen bir yapıda olmalıdır.

Günümüzde mevcut ticari grupların, muhtemel iflas ve ekonomik sorunlara karşı salt “kâr ve performans” artırmaya yönelik çalıştığı görülmektedir. Bunun yanında etik ihlaller sosyal medya ve basın araçlarında her geçen gün daha fazla yer almaktadır. Akgül (2017), Ahiliğin kurulduğu topraklar olan Kırşehir esnafı örnekleminde yaptığı çalışmada firmaların sosyal sorumluluk ilkelerine uygun hareket ettiğini, fakat Ahilik ilkelerinin temellerinden biri olan esnaf arkadaşına yardım ve müşteri yönlendirme konusunda kararsız kaldıklarını saptamıştır. Yazar, bazı katılımcıların ürünlerde ve hizmetlerde hata gördükleri durumda bunu müşteriye gösterme konusunda çekince gösterebildiklerini ifade etmektedir. Bu açıdan bazı modern işletmelerde Ahi hasletlerin kaybolmaya başladığı söylenebilir. Bu değerlerin yeniden toplumda ve iş kültüründe kazandırılması Ahi öğretmenler ve işverenler ile mümkündür. Topluma yön veren kurumlar, ideal gelecek kurgusu için temel eğitimden iş hayatına doğru tüm eğitim süreçlerinde milli kültürden, örneklerden ve evrensel değerlerden faydalanmalıdır.

Kendinden önce başkalarını düşünme gibi çok önemli insani değerlerinin kazandırılması eğitim sisteminin bir amacı olmalıdır. Ahilikte halka hizmet etmek Hakk’a hizmet olarak görülür (Kaya, 2013). Firmaların veya özel eğitim kurumlarının gelir/kazanç getirmesi yönüyle müşteri velinimetimizdir anlayışı ile Hakk’a hizmet anlayışı arasındaki fark sorgulanmalıdır. Bazı özel eğitim kurumlarında veliye her zaman gülümsemek zorunda bırakılan öğretmenlerin gerçek duygularını ve fikirlerini yansıtamaması, maddiyat karşılığı istediği ilgiyi alabilen nesil yetiştirmekten öteye gitmeyebilir. Öğretmenlerin inanışları ne yönde olursa olsun içten gelen bir motivasyonla eğitim vermesi ideal toplumun inşasında önemlidir (Bkz, Çoban, 2018). Ahi öğretmenler sözlerine, davranışlarına, görgü kurallarına hâkim şekilde toplumda benmerkezci düşünce ve davranışın oluşturacağı tahribatın önüne geçmek için anlamlı liderlik rol modeline sahip olmalı, içten bir örneklik ile öğrencilere yol göstermelidir.

Ahilerde üretilen hizmetler standartlara bağlandığı gibi yetiştirilen çırak sayısı da bellidir. Kaliteden ödün vermemek ve kontrolü ilerlemek için usta yalnızca örgütün öngördüğü sayıda çırak alabilirdi; hatta yamak ileride usta olduktan sonra bile iş ve sosyal hayatından eski ustasıyla beraber sorumlu olmaktadır (Durak ve Yücel, 2010, s.157). Kalitenin düşmemesi için sıkı kontrol içinde belli sayıda yetişen liyakatli insan kaynağı Ahiliğin uzun yıllar sağlıklı şekilde işlenmesini sağlamıştır. Günümüze dönük olarak bu durum analiz edildiğinde öğretmen yetiştirme ve atama süreçleri, öğretim bilgisi ve entelektüelite kazanmak isteyenler hariç benzer şekilde planlanabilir. Bu açıdan eğitim süreçleri deneyime dayalı şekilde uzun yıllara yayılabilir; gerekli emeği verecek insan sayısı kadro oranına

göre yetiştirilebilir. Ahiliğin yönetsel ve bürokratik yapılarından alınacak bu dersler eğitim fakültelerine ve politika yapıcılara yol gösterici olabilir.

Ahilik; sürdürülebilirlik, çevrecilik, tasarruf gibi konuların Birleşmiş Milletler tarafından çokça vurgulandığı “Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları” (UN, 2015) için kapsamlı bir örnek olay olarak ele alınabilir. Modern işletmelerin aksine Ahilik, üretimin kanaat ve tevazu ölçüsü içerisinde hırs vb. duygulardan uzak bir biçimde yürütülmesini amaçlamış, çalışma ortamının aşırı rekabetçi olmasını bu şekilde engelleyebilmiştir (Kavi, 2015, s. 106). Mevcut ticari sistem, fazlasını üreten ve fazlalıklar arasında satın almayı cesaretlendiren bir yapıya sahip olmasıyla tüketici ve çevre dostu olmayan bir ortam oluşturmuştur. Ahilik ihtiyaca göre yeterli oranda üretim, eşit emek ve kaliteli iş süreçleri ile sürdürülebilir bir ekonomi modeli sunmuş; sistem üretim ve tüketim açısından fazlalıklara yer vermemiştir. Eğitimde ve işletmelerde sürdürülebilir bir gelecek için Ahilik önemli çıkarımları barındırmaktadır.

Tekin’e göre (2006, s. 221) zengin ile yoksul, üretici ile tüketici, emek ile sermaye, millet ile devlet başta olmak üzere kısaca toplumun tüm üye ve kurumları arasında iyi ilişkiler kurarak toplumsal huzuru sağlamak Ahî birliklerinin temel amaçlarından birisidir. Modern ticari birliklerde kendi üyelerine dönük sosyal fayda, birlik ve hak koruma yoğunluğu görülürken ruhsal kimlik taşıyan Ahilik misafirperverlik, komşuya ve halka yardım, cömertlik ve hoşgörü gibi hasletler ile zamanında tüm topluma rol model olmuştur. Bu teşkilat yapılanmasında emeğin kapitalist değerinden çok emeğin toplumca ödenebilir ve hak ettiği değeri göz önünde bulundurulmuş, işyerine her girenin fazladan ürün alması ümit edilmemiştir. Ahiler, kazanç elde ettikleri kadar zekât, fitre vb. vererek toplumsal dengeyi gözetmişlerdir. Modern dünyada bu tip toplumsal adalet unsurlarının devlet yardım fonları ve kamu yararına kurumlar ile yaşatıldığı görülmektedir, asıl önemli olan bu adalet ve eşitlik sağlayıcı unsurların eğitim ile güçlü bir kültür haline getirilmesi ve desteklenmesidir.

Ahilik sisteminde dikkat çeken özelliklerden biri eğitimin hayat boyu olması, eğitimin iş başı ve iş dışı etkinlikler ile sürekli güçlendirilmesidir. Kişilerin mesleki, ahlaki ve sosyal açıdan bütüncül bir yaklaşımla yetiştirildiği bu sistemde iş başında verilen eğitimle iş dışında verilen eğitim birbirini tamamlayacak niteliktedir (Koca, 2021). Sadece okulda eğitim alması bireyi usta veya ilim irfan sahibi yapmamaktadır. Bu açıdan günümüzde hayat boyu öğrenmeye yönelik çalışmaların bütüncül bir yapı arz etmesi okuldaki eğitimi daha da güçlendirecektir.

Eğitimciler günümüzde en iyi öğretim metotları nasıl olmalıdır konusuna odaklansa da ruhsal değerler ve özellikler bu süreçten bağımsız olmamalıdır (Hill, 2009, s.23). Öğretmenlerin okulda uygun bir ruhsal ve içten ortam oluşturmasına ilişkin görüşleri güçlendirilmeli ve öğrencilerde materyalist hayatın getirdiği gençlik tahribatına karşı koruyacak bir altyapı sağlanmalıdır (Göçen, 2017). Toplumla gelecek katan okullar ve ahi öğretmenler tarafından milli ruh ve evrensel değerler yeni nesillere aktarılmalıdır.

Günümüz eğitim yapısını ve iş anlayışını tamamen geçmişe göre düzenlemek bir çözüm değildir, önemli olan güncel sistemde eksik kabul edilen yönleri ve iyi yönleri geçmişten gelen başarılı deneyim ve çıktılar ile desteklemektir. Nitekim Ahilik de son dönemlerinde güncel gelişmelere uyum sağlayamadığı için ayakta kalamamış, fakat öncesinde de uzun yıllar hayat boyu öğrenmeye dayanan güçlü değerler sistemi ile toplumda adalet ve düzen sağlamıştır. Geçmiş ve mevcut eğitim süreçlerine çok boyutlu bakmak geleceğe sağlıklı adım için gereklidir. Ayrıca geçmişini anlamak bugüne ışık tutmaktır (Balcı, 2019). Bunun için Ahilik iş anlayışının temel öğretileri, Tasavvufun seyri sülük süreci dikkate alınarak Transpersonel psikoloji çalışmaları ışığında mevcut modern eğitim ve insan yetiştirme modeli karşılaştırılabilir. Bu doğrultuda toplumda ve okullarda

- materyalist bakış açısını ortadan kaldırma,
- maddenin insan hayatındaki araçsal yerinin yeniden hatırlanması,
- kişilerin hayat amaçlarını toplumsal değerlere göre irdelemelerini sağlama,
- kişilere kendini gerçekleştirmeleri yolunda motivasyon sağlama,
- eğitimin başını edep, sevgi ve paylaşma olarak görme,
- eğitim sürecini kişisel bir kazançtan çok toplumun geneline hizmet olarak benimseme,
- yaşam boyu öğrenmeyi temel insan niteliği olarak benimseme,
- ahi ve anlamlı öğretmen/işveren modelini güçlendirme,

konularının ne kadar yer edindiği sorgulanmalı; eğitim ve iş hayatımız Ahilik kültürünün sunmuş olduğu perspektif ve modern pedagoji/psikoloji çalışmaları ile harmanlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akbaş, H. E., Bozkurt, S. ve Yazıcı, K. (2018). Osmanlı Devleti'nde Lonca teşkilatı yapısı ve yönetim düşüncesi ile karşılaştırılması. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 9, 165-202.
- Akça, G. (2017). Fütüvvetçilikte ve Türk fütüvvetçiliğinde (Ahilik) ideal insan ve ahlâkı. *Electronic Turkish Studies*, 12(3), 41-58.
- Akgül, D. (2017). Ahilik kültüründeki etik ilkelerin günümüz işletmelerine yansımaları: Kırşehir ili örneği. *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 8-26.
- Akkuş, M. (2005). Edebiyatımızda Ahi tipi ve Esrar Dede Fütüvvetnamesi'nde Ahi tipinin özellikleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 87-96.
- Badrinarayanan, V., & Madhavaram, S. (2008). Workplace spirituality and the selling organization: a conceptual framework and research propositions. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 28(4), 421-434.
- Balcı, D. (2019). Bir kurum ve eğitimi örneği olarak Ahilik teşkilatında eğitim. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33(46), 363-384.
- Barsh, R. (2015). *Exploring the Relationship Between Teacher Spirituality and Teacher Self-Efficacy* (Order No. 10014508). Available from ProQuest Central; ProQuest Dissertations & Theses Global. (1767771569). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1767771569?accountid=15958>
- Can, C. (2013). *Ahilikten günümüze mesleki eğitimde çalışma ahlâkı*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Gaziantep.
- Çakmak, M. (2014). Ahiliğin tasavvufi temelleri ve Ahilik-Fütüvvet ilişkisi. *Hikmet Yurdu Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(13), 143-158.
- Çoban, M. (2018). Model bir eğitim kurumu olarak Ahilik. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 717-734.
- Demirci, M. (2009). *Tarihten Günümüze Tasavvuf Kültürü*. Vefa Yayınları.
- Demirpolat, A. ve Gürsoy, A. (2004). Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(15), 355-376.
- Dilik, S. (1988). Sosyal Güvenliğin Tarihsel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 43(1), 41-80.
- Durak, İ. ve Yücel, A. (2010). Ahiliğin sosyo-ekonomik etkileri ve günümüze yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 151-168.
- Ekinci, Y. (1989). *Ahilik ve Meslek Eğitimi*. Milli Eğitim Bakanlığı.
- Erdem, E. (2021). Fütüvvetin ve Ahiliğin menşei, mahiyeti ve türleri. *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5, 1-15.
- Eroğlu, İ. ve Bektaş, Ç. (2022). İktisadi, sosyal ve eğitim perspektifinden Ahilik kurumuna güncel bir bakış. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 14(2), 158-175.

- Erul, B. (2012). Veda Hutbesi. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* içinde (ss. 591-593). Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi.
- Erul, B. (2012). Veda hutbesi. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, 42, 591-593.
- Fry, L. W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The leadership quarterly*, 14(6), 693-727.
- Forsythe, G. L. (2016). *Spirituality and job satisfaction: A correlational study of elementary school teachers* (Order No. 10239617). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (1853947059). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1853947059?accountid=15958>
- Gemici, N. (2010). Ahilikten günümüze meslek eğitiminde model arayışları ve sonuçları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 8(19), 71-105.
- Göçen, A. (2017). *Eğitim kurumlarında işyeri ruhsallığının geliştirilmesine yönelik deneysel bir uygulama*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Göçen, A. (2021). How do teachers perceive meaningful leadership? Overview of a qualitative exploration. *Journal of Pedagogical Research*, 5(1), 31-49. <http://dx.doi.org/10.33902/JPR.2021066866>
- Göçen, A. ve Özğan, H. (2018). Spirituality and Ethics: A Literature Review. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17, 58-65.
- Günay, Ü. (1998). Dinî sosyal bir kurum olarak Ahilik. *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16(10), 69-78.
- Gündüz, A. Y., Kaya, M. ve Aydemir, C. (2012). Ahilik teşkilatında ve günümüzde tüketicilerin korunmasına yönelik çalışmalar üzerine bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 37-54.
- Gürsoy, A. (2003). Ahilik geleneği ve günümüz Fethiye esnafı. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(14), 209-219.
- Hill, P. D. (2009). *Perspective of spirituality: influences on K-12 leadership* (Order No. 3378415). Available from ProQuest Central; ProQuest Dissertations & Theses Global. (305161511). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/305161511?accountid=15958>
- Kavi, E. (2015). Ahilik kurumu ve günümüz çalışma yaşamındaki psikolojik sorunlara yönelik çözümler. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(8), 103-117.
- Kaya, U. (2013). Değerler eğitiminde bir meslek teşkilâtı: Ahilik. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(26), 41-69.
- Keleş, B. (2017). Bir esnaf teşkilâtı olan Ahiliğin idari ve mesleki yapısına genel bir bakış. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 117(231), 137-156.
- Kılavuz, M. A. (2005). Ahilik kurumunda din ve ahlâk eğitimi anlayışı. *I. Ahî Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu* içinde (ss.615-628). Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları.

- Koca, H. K. (2021). Ahilik kültürü: Ticaret ahlakı kazandırmaya model olması açısından eğitimsel bir değerlendirme. *Bilimname*, 46, 225-248.
- Kuçuradi, I. (2003). Etik ve etikler. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, 423, 7-9
- Kuşat, A. (2002). Nefis mertebelerine psikolojik bir yaklaşım, *Tasavvuf Akademik Dergi*, 3(9), 119-128.
- Lapsley, D. (2017, Ağustos). Kişisel mail, 08.07.2017 tarihli görüşme
- Mamuti, A. (2017). An essay on economic values of Akhism. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2991161>
- Martela, F., & Pessi, A. B. (2018). Significant work is about self-realization and broader purpose: defining the key dimensions of meaningful work. *Frontiers in Psychology*, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00363>
- Massoudi, M. (2002). On the qualities of a teacher and a student: An eastern perspective based on Buddhism, Vedanta and Sufism. *Intercultural Education*, 13(2), 137-155.
- Selvi, D. (2016). Fütüvvet ve Ahilik teşkilatlarının ahlâkî ilkelerinin oluşmasında tasavvufun öncülüğü. *İhya Uluslararası İslam Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-37.
- Seyyar, A. (2009). Çalışma hayatında ve işyerinde maneviyat. *Kamuda Sosyal Politika*, 3(11), 42-52.
- Şen, A., (2012). Anadolu’da bir kardeşlik tecrübesi Ahiliğin kültür ve medeniyetimizdeki yeri. *C.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16(1), 615-629.
- Tekin, M. (2006). Bir sosyal kontrol aracı olarak Ahilik ve toplumsal dinamikleri. *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21(21), 219-235.
- United Nations. (2015). Sustainable Development Goals. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Ünsür, A. (2020). Ahilik sistemi değerleri yönetim ve eğitimi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 18(39), 297-337.
- Vaughan-Lee, L. (1995). *Travelling the Path of Love: Sayings of Sufi Masters*. The Golden Sufi Center.
- Yıldırım, E. (2017). Nakşibendiliğin sosyolojik muhayyilesi. *Akademik Platform İslami Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 5-12.

Geliş Tarihi:

15.02.2021

Kabul Tarihi:

14.09.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Erken, E. (2022). İstanbul'da cumhuriyet döneminde planlama çalışmaları: Henri Prost ve Luigi Piccinato'nun planlarının sonraki dönemlere etkileri açısından mukayeseli analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1626-1648. doi: 10.46928/iticusbe.1224428

İSTANBUL'DA CUMHURİYET DÖNEMİNDE PLANLAMA ÇALIŞMALARI: HENRI PROST VE LUIGI PICCINATO'NUN PLANLARININ SONRAKİ DÖNEMLERE ETKİLERİ AÇISINDAN MUKAYESELİ ANALİZİ

Derleme

Erhan Erken 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Kurum

e-mail@email.com

Erhan Erken Lisans Eğitimini Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü'nde tamamlamıştır. Yüksek Lisans Eğitimini Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Yakınçağ Tarihi alanında yapmıştır. Doktora Çalışmalarını ise Medipol Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümünde tamamlamıştır

İSTANBUL'DA CUMHURİYET DÖNEMİNDE PLANLAMA ÇALIŞMALARI: HENRI PROST VE LUIGI PICCINATO'NUN PLANLARININ SONRAKİ DÖNEMLERE ETKİLERİ AÇISINDAN MUKAYESELİ ANALİZİ

Erhan Erken
erhanerkenster@gmail.com

ÖZET

Dünyanın en önemli şehirlerinden biri olan İstanbul'un tarihinin, Yenikapı'da Marmaray için yapılan kazılar ve burada elde edilen bulgulara göre, 8500 yıl evveline kadar gittiği düşünülmektedir. Tarihi süreçte birçok büyük devlete başkentlik yapan İstanbul bu süreçlerde birçok değişim yaşamıştır. Osmanlı'nın son dönemlerinde ve özellikle Tanzimat ile başlayan süreçte batılılaşma tesirinde çeşitli şehir planlama çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalar Cumhuriyet'in ilanı sonrasında da devam etmiştir.

Amaç: Bu çalışmada Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanı sonrasında İstanbul'da etkili olan iki adet şehir planlama yaklaşımının mukayeseli olarak incelemesi yapılmaktadır. Her iki planlamanın İstanbul'a etkileri, birbirleriyle farklılıkları ve sonraki dönemlerde İstanbul'da ne tür iz bıraktıkları üzerinde durulmuştur..

Yöntem: Bu çalışma nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öncelikle literatür taraması yapılmış, farklı kaynaklardan elde edilen bilgiler belli bir kurgu içinde derlenerek bir sonuca gidilmeye çalışılmıştır

Bulgular: Cumhuriyet döneminde İstanbul'daki iki planlama çalışmasına geçmeden önce Osmanlı'nın son döneminde İstanbul'da hangi saiklerle ne tür planlama çalışmaları yapıldığına bakılmıştır. Burada batıya ilginin arttığı ve Tanzimatla birlikte hızlandığı bir dönemde şehir planlaması noktasında da bu ilginin varlığı görülmüş ve özellikle bu dönemde İstanbul'da vuku bulan seri yangınların şehir planlaması çalışmalarını etkilediği fark edilmiştir.

1937 Sonrası İstanbul'da başlayan ve 1950'ye kadar süren Henri Prost dönemi hem planlamanın yapıldığı ve hem de uygulandığı bir dönemdir. Bu dönemde İstanbul'un daha çok iç kesimlerinde bir yoğunlaşma ortaya çıkmıştır. Oysa 1958'den sonra devreye giren Piccinato'nun planlaması şehrin doğru batı ekseninde genişlemesini hedefleyen bir planlamadır. Ayrıca şehri geniş bir bölgenin içinde onunla birlikte planlayan bir yaklaşıma sahiptir. Piccinato'nun planlaması özellikle kendisinden çok daha sonraki dönemlerde etkili olan bir çalışma olarak dikkat çekmektedir

Özgünlük: Bu çalışmanın en ilginç yanı bir yönü ile Prost ve Piccinato planlamaları arasındaki temel ayrılığı ve zıtlığı ortaya çıkarması diğer yönü ile de Piccinato'nun fikirlerinin 1980 sonrası iktidara gelen ANAP'lı İstanbul Belediye Başkanı Bedrettin Dalan'ın icraatları ile çok benzeşmesidir. Bedrettin Dalan sonrası İstanbul Büyükşehir Belediyesinde yönetime gelen farklı başkanlar zamanında da Piccinato'nun düşünceleri bir çok yönü ile uygulamaya konmuştur. Bu konu çerçevesinde araştırılan kaynaklarda bu tarz bir tespiti rastlanmamıştır. Piccinato'nun İstanbul'da şehrin yönetimiyle ilgili bir noktada bulunmamasına rağmen fikirlerinin önemli bir bölümünün yıllar sonra tatbik mevkiine konulduğunu tespit etmek ve bunu ortaya koymak, bu çalışmanın en özgün noktalarından birisidir.

Anahtar kelimeler: Şehir Planlaması, H.Prost, L. Piccinato, Batılılaşma
Jel Kodu: R00, R58

PLANNING STUDIES IN THE REPUBLIC PERIOD IN ISTANBUL: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EFFECTS OF HENRI PROST AND LUIGI PICCINATO PLANS ON THE FUTURE.

ABSTRACT

The history of Istanbul, one of the most important cities in the world, is thought to go back 8500 years, according to the excavations made for Marmaray in Yenikapı and the findings obtained here. Istanbul, which has been the capital of many great states in the historical process, has experienced many changes in these processes. In the last period of the Ottoman State and especially in the process that started with the Tanzimat, various city planning studies were carried out under the influence of westernization. These studies continued after the proclamation of the Republic.

Aim: In this study, two city planning approaches that were effective in Istanbul after the proclamation of the Republic of Turkey are comparatively examined. The effects of both plans on Istanbul, their differences with each other and what kind of traces they left in Istanbul in the following periods are emphasized.

Method: This study was carried out with the qualitative research method. In the study, first of all, a literature review was made, the information obtained from different sources was compiled in a certain fiction and a result was tried to be reached.

Findings: Before moving on to two planning studies in Istanbul during the Republican period, what kind of planning studies were carried out with which motives in Istanbul in the last period of the Ottoman Empire. At a time when the interest in the west increased and accelerated with the Tanzimat, this interest was also seen in the point of city planning, and it was noticed that the serial fires that took place in Istanbul during this period affected the urban planning studies.

The Henri Prost period, which started in Istanbul after 1937 and lasted until 1950, is a period in which planning is made and implemented. In this period, a concentration emerged mostly in the inner parts of Istanbul. However, the planning of Piccinato, which came into effect after 1958, is a plan that aims to expand the city on the right western axis. It also has an approach that plans the city with it within a large region. The planning of Piccinato draws attention as a work that was effective especially in the later periods.

Originality: The most interesting aspect of this study is that, on one side, it reveals the fundamental difference and contrast between the plans of Prost and Piccinato, and on the other hand, Piccinato's ideas are very similar to the actions of ANAP's (Motherland Party) Istanbul Mayor Bedrettin Dalan, who came to power after 1980. Piccinato's ideas were put into practice in many ways during the time of different mayors who came to the administration in the Istanbul Metropolitan Municipality after Bedrettin Dalan. No such determination was found in the sources researched within the framework of this subject. It is one of the most original points of this study to determine that a significant part of Piccinato's ideas were put into practice years later, although he did not have a point about the management of the city in Istanbul.

Keywords: Urban Planning, H.Prost, L. Piccinato, Westernization,

Jel Code: R00, R58

GİRİŞ

Bu çalışmada, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanı sonrasında İstanbul'da etkili olan iki adet şehir planlama yaklaşımının mukayeseli olarak incelemesi yapılmaktadır. 1936 yılında İstanbul'a gelip faaliyete başlayan Henri Prost öncelikle şehre yönelik planlamasını yapıp daha sonra bu planlamanın önemli bir bölümünün uygulanmasına nezaret etmiştir.. Mustafa Kemal Atatürk'ün son dönemlerinde başlayan bu süreç İnönü döneminin sonlarına yani 1950 yılının başlarına kadar devam etmiştir.

Luigi Piccinato ise 1958 yılında planlama yapmak üzere İstanbul'a davet edilmiş, bir dönem çalışma yapıp görüşlerini ortaya koymuş fakat değişen siyasi şartlar dolayısıyla bu teklifler tam olarak uygulamaya konulamamıştır. 1960'lı yılların ikinci yarısında hükümet Piccinato'yu yeniden çağırıp kendisine danışmıştır. H. Prost ve L. Piccinato'nun planlamaları temelde birbirlerine zıt iki yaklaşım olarak algılanmaktadır. Piccinato'nun görüşleri kendisinden sonraki dönemlerde kısmi olarak uygulanmış ve bizim tespitlerimize göre özellikle de 1984 sonrasında ANAP'lı Büyükşehir Belediye Başkanı Bedrettin Dalan'ın İstanbul'da yaptığı icraatlar önemli oranda temel teşkil etmiştir

1920-1960 arasındaki dönemde dünyanın farklı şehirlerine bakıldığında şöyle bir manzara görülmektedir. Genelde şehir yapılanması tek merkezli metropoliten kentler ve çevrelerinde ortaya çıkan alt kentlerin yayılması biçimindedir. New York-Newark kent bölgesi, Chicago, Boston, Tokyo, Londra, Paris, Moskova gibi kentler bu dönemin önemli merkezleridir. 1960 sonrası eğilim ise, çok merkezli metropoliten bölgelerin gelişimine doğru yönelmiştir (Arlı, 2016).

Prost planı muhtemelen bu genel yaklaşıma da uygun olarak İstanbul'u geleneksel sınırları içinde tek merkezde yoğunlaşan bir kent olarak planlamıştır. 1950 sonrası döneminin İstanbul genelde tek merkezli bir şehirden zaman içinde çok merkezli bir sanayi kentine dönüşmüştür. İstanbul'un nüfus dinamiklerine karşılaştırmalı bakıldığında büyümenin hızı oldukça yüksektir. 1950 sonrası dönemde İstanbul'un gelişimine damga vuran temel mesele iç göç olmuştur. Yoksul kır nüfusunun büyük bir toplanma bölgesi hâline gelen şehir, Türkiye'nin sosyolojik değişimlerini de etkilemiştir (Arlı, 2016).

1936-1950 arası uygulanmaya çalışılan Prost planı ile 1958 sonrasında etkisini sürdüren ve 1984 sonrasında Dalan dönemi ile daha fazla tatbik imkanı bulan Piccinato'nun görüşlerini bu çerçeveden de değerlendirmek yararlı olabilir. Çalışmanın başlangıcında Osmanlı'nın son döneminde ve özellikle Tanzimat sonrasında İstanbul'daki şehir planlaması ile ilgili çalışmalardan ve uygulamalardan kısaca bahsedilecektir. Bu asırda İstanbul'da vuku bulan seri yangınlar sonrasında şehrin imarına yönelik önemli kararlar alındığı görülmektedir.

Daha sonra Osmanlı'nın yıkılışı ve yeni Cumhuriyet'in kuruluşu safhalarında siyasi sebeplerden dolayı önemini kısmen kaybeden ve başkent olma vasfını yitiren İstanbul'un 1935'lerden sonra yeniden toparlanması konusuna değinilecektir. Bu çerçevede ülke yöneticileri tarafından seçilen Henri

Prost'un İstanbul'daki planlaması ve uygulamalarından bahsedilecek ve bu uygulamaların şehre etkileri üzerinde durulacaktır.

1958'den sonra İstanbul ile ilgili şehir planlaması alanındaki görüşleri incelenecek olan L. Piccinato'nun da bu fikirlerinin Prost'un fikirleri ile hangi oranlarda farklılıklar gösterdiği üzerinde durulacaktır. Her iki planlama çalışmasının şehrin daha sonraki yıllarda aldığı şekle ne ölçüde tesir ettiği de bu çalışmanın odaklandığı ana noktalardan biri olacaktır.

19'NCU YÜZYILDA İSTANBUL'DA ANA HATLARI İLE ŞEHRİN PLANLANMASI ÇALIŞMALARI

Osmanlı Devleti'nde özellikle 1800'lerin başlarından itibaren birçok kurumda olduğu gibi şehir yapılarında da modernleşme temayülleri görülmeye başlanmıştır. Özellikle Tanzimat ile birlikte devletin idari yapısı, eğitim kurumları ve toplumsal yapıda meydana gelen dönüşümlerle birlikte şehirlerin yönetim şekilleri yeniden ele alınmıştır. Burada en önemli gelişme belediye yapılanmalarının ortaya çıkmasıdır. Bunun da ötesinde şehirlerin fiziki görüntüsü ve kurgularının yanı sıra binaların yapı düzenlerinde de farklılıklar görünmeye başlamıştır. Bu tarihlerde özellikle yangınların da tesiriyle ahşap yapılardan kagir yapılara doğru bir kayış müşahede edilmiştir (Bilse, 2015).

XIX. yüzyıl başlarında İstanbul adeta bir yayalar şehri idi. Şehir hayatına şehir hatlarının ve raylı sistemin girmesi neticesinde büyük bir dönüşüm yaşanmış, bu da doğal olarak şehrin yollarının genişletilmesine ve yenilenmesine neden olmuştur. Şehri en çok üzen ve yapısını değiştiren faktör ise yukarıda bahsedildiği gibi maalesef yangınlar olmuştur (Bayındır, 2007, s.115). 19'ncü yüzyılda büyük Avrupa kentlerinin birçoğunda da benzer yapısal değişimler vuku bulmuştur. Osmanlı'da da aynı dönemlerde meydana gelen değişimlerin Avrupa'daki şehirlerden belli oranda etkilendiği muhakkaktır. Üçüncü Selim'in döneminde Selimiye kışlası inşa edilirken onun hemen yanı başında kurgulanan mahalleler geometrik tasarımıyla klasik kurgu dışında ilk planlama örneği olarak dikkat çeker.

İkinci Mahmut döneminde yeniçeriliğin kaldırılması sonrasında şehrin yüzyıllardır önemli bir unsuru olan Yeniçeri kışlalarının tümüyle ortadan kaldırılması İstanbul'un şehir yapılanmasında çok önemli bir olay olarak kayıtlara geçmiştir. Yine aynı dönemde 1836 yılında Unkapanı Azapkapı arasında inşa edilen Unkapanı Köprüsü (Cisr-i Cedid) Haliç üzerindeki ilk köprüdür (Bilse, 2015).

İstanbul'un ilk ölçülü haritası Fransız sefarethanesinden mühendis Kaufer'in çizdiği haritadır (Tekeli, 2002, s.36) Bu haritada geleneksel Osmanlı kent dokusundan farklılaşmış hiçbir kesim görülmemektedir. Bu haritanın ilk olarak 1786'da çizildiği bilinmektedir. Bahse konu harita 1800 yılında J. B. Le Chevalier'in 1800 yılında Paris'te basılan *Voyage de la Propontide et du Pont-Euxin* adlı kitabında yayınlanmıştır. Daha sonra 1819 yılında bu haritalar haritacı Barbie de Bocage tarafından yapılan eklerle yayınlanmıştır. Bu planlar Tanzimat öncesi İstanbul'un durumunu

göstermek bakımından önemlidir. (Kubilay, 2015). İstanbul ile ilgili yapılan ilk şehir planı olarak Prusyalı subay Von Moltke'nin İstanbul için hazırladığı haritadan bahsedilmektedir. İlk defa Osman Nuri Ergin'in Mecelle-i Umur-i Belediye'de bu husus zikredilmektedir. Bu haritanın 1828 tarihinde tamamlandığı kayıtlarda geçmektedir.

Gülhane Hatt-ı Hümayunu'nun ilanından muhtemelen altı ay önce yayınlanan bir layihada İstanbul'un yeniden yapılandırılması konusunda görüşler belirtilmiştir. Bu layihada şehirde açılması düşünülen ana caddelerden bahsedilmektedir. Tanzimat'ın ilanından sonra da şehrin düzenlenmesi ile ilgili çeşitli nizamnameler yayınlanmıştır. 1848 yayınlanan Ebniye Nizamnamesi ve ondan bir yıl sonra onu tamamlar mahiyette yayınlanan nizamnamelerde caddeler ve sokaklar ile ilgili belli ölçülerden bahsedilmekte ayrıca bina yükseklikleri ile ilgili de kurallar da getirilmekteydi (Bilse, 2015).

İstanbul'da meydana gelen yangınlar sonrası bahse konu nizamnameye dayalı olarak yeni alanlar planlanmıştır. Cibali ve Hocapaşa sekizer kez büyük yangın geçirmiştir. 1833'deki sekizinci Cibali yangınında 3.000 konut, 36 han, 260 hamam ve diğer binalar yanmıştır. Osman Nuri Ergin 1854-1908 arasında İstanbul'da 229 yangında 23.404 binanın yandığını tespit etmiştir.. Bunlardan en büyükleri 3.010 binanın yandığı 1865'deki sekizinci Hocapaşa yangını ile 3.000 binanın yandığı 1870'deki Beyoğlu yangınıdır. 1855 Laleli-Aksaray yangınında 748, 1860 Unkapanı yangınında 600, 1863 Kasımpaşa yangınında 526, 1866 Balat yangınında 500, 1872 Kuzguncuk yangınında 591, 1873 Samatya-Kocamustafapaşa yangınında 687, 1889 Pendik yangınında 1.200, 1903 Kartal-Maltepe yangınında 1.121 bina yanmıştır (Tekeli, 2002, s.28).

Bunlara ilaveten Fener (1855), Kadıköy (1855), Salmatomruk (1856), Sakızağacı (1857), Ayvansaray (1861), ve Küçükmustafa Paşa (1861) yangınları da vuku bulmuş bu yangınlarından sonra yangın alanları nizamnameye uygun olarak yeniden inşa edilmiştir. 1863 yılında hazırlanan bir nizamnameyle uygulamaların sadece İstanbul ile sınırlı kalmaması ve imparatorluğun her yanına yaygınlaşması kararlaştırılmıştır. 1865 Hocapaşa yangını sonrası şehrin Sirkeci'den Kumkapı'ya kadar çok geniş bir alanı nizamnamenin uygulama alanı olarak değerlendirilmiştir. 1860'lı yılların başında birçok ilçede belediye teşkilatı kurulmuş bunlardan en öne çıkanı Altıncı Belediye Dairesi olmuştur. Bugünkü Galata ve Taksim bölgesinin kapsayan bu belediyenin en önemli icraatı Galata surlarının yıkılması olmuştur. 1867 yılında Sultan Abdulaziz'in Paris ve Londra'yı ziyareti sonrası burada gördükleri üzerine İstanbul'da bir dizi yenilikler yapma isteği de İstanbul için önemli kararlardan biri olmuştur.

1871'de Bahçekapı ve Eminönü arasındaki surların yıktırılması ve buradan Saray arazisinin ucundan demiryolu geçmesi de önemli bir karar olarak nitelenebilir. 1870 Taksim yangını da bu bölgenin yeniden düzenlenmesi için bir sebep teşkil etmiştir. Görüldüğü üzere İstanbul'da 19'ncü yüzyıldaki önemli yangınlar sonrası şehrin yeniden imarı ile ilgili önemli gelişmeler yaşanmıştır (Bilse, 2015). Sultan Abdülhamit döneminin en önemli icraatları arasında Avrupa Demiryolları için Sirkeci Garı ve Anadolu Demiryolları ile Bağdat Demiryolu için Haydarpaşa Garı'nın inşaatı sayılabilir. Yine bu

sıralarda biri iki hisar arasında diğeri de Sarayburnu ile Üsküdar arasında iki adet demiryolları için asmalı köprü projesi hazırlanmış fakat bu proje fiiliyata geçememiş.

İttihat ve Terakki döneminde 1912’de yönetime gelen Dr. Cemil Topuzlu döneminde İstanbul’da birçok yol açılmış ve alt yapı projesi yapılmıştır. 1918 Cibali Fatih yangını sonrası birçok mahalle ızgara planlama usulü ile yeniden inşa edilmiştir. 1925-28 yılları arasında Fatih’ten Edirnekapı’ya kadar uzanan Fevzipaşa Caddesi 30 metre genişliğinde bir tramvay yolu olarak açılmaya başlamış bu sırada da Fatih Külliyesi’nin güney tarafındaki bazı medreseler yıkılmıştır (Bilse, 2015). Tanzimatın ilanından sonra İkinci Meşrutiyetin ilanına kadar geçen yaklaşık 70 yıllık sürede İstanbul’un (Dersaadet’in) yapısından birçok önemli değişiklik meydana gelmiştir. Fakat bu değişimlerin ilk başlarda planlanan kadar olmadığı ifade edilmektedir (Tekeli, 2002, s.57). Bu konuda yapılan önemli bir diğer tespit de bu yaşanan dönüşümün bir genel tasarımın sonucu olmadığı şeklindedir. Değişim ve dönüşümler parça parça olarak yapılmış bunlardan çok anlamlı bir bütün ortaya çıkmamıştır. Fakat tüm bu parçalı değişimlerin arkasında batıdaki şehirlerdeki değişimlerin yönlendiriciliği ve yine batıda meydana gelen teknolojik gelişmelerin tesiri hissedilmektedir. İlave olarak şehrin özellikle merkezindeki yol ağlarının araba ve tramvay ulaşımına elverişli hale getirilmesi de bu tesirin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Tekeli, 2002, s.57)

1900’lü yılların ilk yirmi yılı içinde İstanbul’da çok önemli olaylar vuku bulmuş bu da şehrin yaşantısını ve sosyolojini büyük ölçüde etkilemiştir. 31 Mart 1909 olayları, Balkan savaşları sonrası Rumeli’den gelen göçmen dalgaları, 1914-1918 arası Dünya Savaşı’nın sıkıntıları birinci derecede İstanbul’da etkili olmuştur. Savaş sonrası mütareke döneminde müttefikler tarafından işgal edilen İstanbul’a bir yandan da Rusya’daki iç savaşta ülkelerinin terk eden Beyaz Rusların yoğun gelişi olmuştur. Ayrıca Kurtuluş Savaşı sırasında bu hareketin merkezinin Ankara oluşu İstanbul’un fonksiyonunu azaltmış Cumhuriyetin kuruluşu ile birlikte başkent Ankara oluşu İstanbul’un uluslararası siyasi ve ekonomik öneminin de azalmasına yol açmıştır (Arılı, 2016; Tekeli, 2002).

Tüm bu gelişmeler İstanbul’un nüfusuna da tesir etmiştir: 1897 sayımında nüfusu 1,1 milyon civarına gelen kent nüfusu 1914 nüfus sayımında 909.978 olarak görülmektedir. Ancak bu nüfusun ayrımı verilirken yabancı kategorisi görülmemektedir. Sayımda elde edilen rakamın üzerine yüzde 12’lik bir yabancı nüfus payı eklenirse nüfus yaklaşık 1 milyona ulaşmaktadır. Kemal Karpat’ın tahminine göre, 1914-1916’daki İstanbul nüfusu için 1,6 milyon gibi bir rakam verilmektedir. Mütareke döneminde ise resmi kayıtlarda şehrin nüfusu 1.203.000 görünmektedir (Karpat, 2003; Karpat, 2010). 1927 nüfus sayımı Şehremaneti sınırları içinde 690.857 kişinin yaşadığını saptamıştı. Bu sayılar bir araya İstanbul’un nüfusunun nerdeyse yarı yarıya düştüğünden bahsedilebilir (Tekeli, 2002, s.69).

CUMHURİYET DÖNEMİ’NİN BAŞLARINDA İSTANBUL

1930 yılında çıkarılan Belediye ve Umumi Hıfzısıhha Yasasına göre İstanbul Belediyesi, Ankara örneğini izleyerek dönemin tanınmış şehircileri arasında sınırlı yarışma açarak plan elde etmeğe

çalıştığını saptıyoruz. Yarışma için 1932 ve 1933 bütçelerine para konmuştur. Yarışmaya dört plançı çağrılmıştır. Bunlar; Alman plançı Herman Elgözt, Fransız Alfred Agache, Jack H. Lambert ve 1902-1907 yılları arasında Ayasofya ve çevresinin Bizans dönemindeki durumuyla ilgilenmiş olan ve İstanbul'a gelerek bu alanda röleve ve rekonstrüksiyon çalışmaları yapmış olan Henri Prost. (Bayındır, 2007, s.116; Tekeli, 2002, s.80-81)

Bu plancılardan Prost dışındakiler 1933 yılında İstanbul'a gelerek incelemeler yapmışlar ve hazırladıkları plan ve raporları belediyeye sunmuşlardır. Bu üç çalışmadan ilk etapta Elgözt'in çalışmasının birinci seçildiği anlaşılmaktadır. Elgözt'ün hazırladığı planın bazı bölümleri, ulaşım şeması gibi, sonraki yıllarda yapılan çalışmalarda bir nevi öncü olmuştur. Fakat her şeye rağmen, bilinmeyen bir nedenle belediye Elgözt ile plan konusunda herhangi bir anlaşma yapmamıştır (Bayındır, s.117). Sonuç olarak İstanbul'un planlaması kendisine verilmemiştir. Daha sonra, Hitler Almanya'sında siyasi görüşleri nedeniyle kendisine yer bulamayan Martin Wagner, İstanbul'un planlamasını yapmak üzere çağrılmıştır. Fakat planlama çalışması ona da verilmemiştir (Tekeli, 2002, s.81). 1936 yılında Henri Prost İstanbul planının sorumluluğunu almak için ikinci kez çağrılmıştır.

HENRİ PROST'UN İSTANBUL'U PLANLAMA DÖNEMİ

Henri Prost Paris'teki Ecole Nationale de Beaux-Arts'tan mezun olmuştur. Prost, Roma'daki Villa Medici Enstitüsü'nde (L'Académie de France) yüksek lisans projesini Ayasofya/İstanbul üzerine gerçekleştirmiştir. Bu safhalarda Prost'un 1905-1907 yılları arasında şehre gelerek Ayasofya'nın rölevelerini hazırladığından ve krokilerini çizdiğinden bahsedilmektedir (Bayındır, 2007, s.119)

Yine bu dönemlerde özellikle "espaces libres" (kamusal alan veya insanların özgürce toplandıkları alanlar) adı verilen şehirlerin düzenlenmesinde, geniş meydanların oluşturulması konusundaki görüşlerden etkilenmiştir. Kendisinin daha sonra yaptığı planlama çalışmalarında bu etkinin izleri görülmüştür. Özellikle İstanbul'da teklif ettiği çeşitli meydanlarda bu husus açıklıkla görülmüştür. (Akpınar, 2010).

Henri Prost daha sonra Fas, Marakeş, Rabat, Meknes gibi şehirlerin planlarını (1914-24), ardından da Paris bölge planını (1927-34) hazırlamıştır (Bayındır, 2007, s.119). 1924'te İzmir'in planlanması çalışmaları sırasında René Danger'e danışmanlık yapmıştır. 1931'de Cezayir için master plan yapan bir ekibin içinde yer almış, ardından Paris'in baş plancısı olarak çalışmıştır (1928-1934). İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'nde öğretim üyesi (1940-1943) ve Paris'teki L'Ecole Spéciale d'Architecture'da yönetici olarak görev almıştır (1929-1959) (Akpınar, 2010).

Prost'un kariyeri incelendiğinde şu hususlar açıklıklı görülmektedir ki, Mustafa Kemal Atatürk ve o dönemin yönetici kadroları İstanbul'un imarı için, iyi bir eğitim almış, deneyimli bir geçmişe sahip, Batı ve Doğu şehir yapısına hâkim, Cezayir ve Fas'da çalışmış, farklı kültürlerle aşına, önceden İstanbul ve Türkiye'yi bilen bir şehir planıcısında karar kılmışlardır. Prost'un diğer artı bir yönü de master tezinin İstanbul üzerinde yapmış bir planlamacı olmasından kaynaklanmaktadır (Güner, 2014).

15 Mayıs 1936'da İstanbul'a gelen Prost, 27 Aralık 1950'de anlaşmasına son verinceye kadar şehrin imar faaliyetlerinde görev almıştır. Beraber çalıştığı vali ve Belediye Başkanları: (14 Ekim 1928–04 Aralık 1938 tarihleri arasında) Vali ve Belediye Başkanı Muhittin Üstündağ, (08 Aralık 1938–20 Ekim 1949 tarihleri arasında) Lütfi Kırdar ve (24 Ekim 1949-26 Kasım 1957 tarihleri arasında) Fahrettin Kerim Gökay. Prost, Fransız-Türk mimar ve planlamacılarından oluşan geniş bir ekiple bir yıllık bilgi toplama ve araştırma süreci sonunda, 15 Ekim 1937'de raporunu yayımlamıştır. Bu raporunda Tarihi Yarımada da denilen Suriçi bölgesi, Beyoğlu ve Anadolu yakasına yönelik çeşitli öneriler geliştirmiştir (Akpınar, 2010). Prost ilk olarak Türk teknik elemanları ile ortaklaşa çalışarak bir rapor hazırlamış fakat daha sonra bu rapor İmar İşleri, Bayındırlık Bakanlığına devredilince burada kendisinden bazı düzeltmeler istenmiştir (Akpınar, 2010).

Porost'un planının onaylanma aşaması bir dönem uzamış hatta Belediye Başkanı Muhittin Üstündağ döneminde belediye meclisinden geçememiştir. Daha sonra 1938 yılının Kasım ayı sonunda atanan ve İnönü'ye yakınlığı ile bilinen Lütfi Kırdar döneminde Prost'un çalışmalarının hızlanmaya başladığı görülmüştür (Bayındır, 2007, s.120-121) .

İstanbul'un planlamasında, 1937-1950 arasında uzun süre çalışmış olan Prost'un planının ana hatları ile özetlenmesine geçmeden önce birkaç cümle ile planın bütünü ile ilgili birkaç noktaya değinmek yararlı olacaktır

Öncelikle Prost'un tasarımında şehir Beyoğlu, Üsküdar ve Kadıköy bölgeleri olmak üzere ayrı ayrı ve değişik zamanlarda planlanmıştır. Şehrin iş bölgesi olarak Kapalıçarşı ve çevresi, daha zengin kesimlerin yerleşimi de Beyoğlu ve Boğaz sırtları olarak tasarlanmıştır. Tepelerin bağlanması için de Atatürk Köprüsü gibi bağlantı formülleri teklif edilmiştir.

Şehrin tarihi özelliğini bilen ve bunu koruyacağını söyleyen Prost, Sarayburnu, Ayasofya, Aya İrini, At Meydanı, Sultan Ahmet Camii' nin olduğu tarihi yarımada'yı bir arkeolojik park olarak düzenlemeyi düşünmüştü.. Yine şehrin yeşil alan ihtiyacı için de iki adet park planlanmıştır. Biri eski İstanbul yarımadasında surların dışında kalan bir alan, diğeri de Beyoğlu tarafında yani Gümüşsüyü ile Maçka arasında kalan stadyum, spor kulüpleri, açık hava tiyatrosu, sergi saraylarını içerecek olan 2 nolu park alanı olarak ifade edilen alan (Bayındır, 2007, s. 123-124).

H. Prost'un Planının Ana Hatları

Deniz Ulaşımı ve Limanlar

Prost'a göre Galata ve Haydarpaşa limanlarının genişletilmesi o günün şartları için yeterli olarak değerlendirilmiştir çünkü o yıllarda İstanbul bütün Anadolu'ya hitap eden bir liman ve antrepo olan karakterini değiştirmiştir ve artık Avrupa ve Asya arasında kara ulaşımın geçtiği bir kent hüviyetine bürünmektedir (Barman, 1979).

Zamanla Karadeniz’de limanı olan ülkelerin diğer ülkelerle denizyolu bağlantıları artacağı için gerekli şartları ihtiva eden Yenikapı’da modern bir liman yapılması öngörülmüştür. Yenikapı’da liman yapılması fikri daha sonraki dönemlerde de düşünülmüş ve bugün Yenikapı, özellikle iç deniz olan Marmara denizi çevresindeki şehirlere ve bölgelere seferlerin yapıldığı önemli bir liman haline gelmiştir. Burada Yenikapı’nın liman olması fikri sadece Prost’un düşünceleri ile açıklanamaz ancak Prost’un düşüncelerinin bu konuda etkili olduğunu söylemek mümkündür (Barman, 1979).

Liman konusunda çalışmalar sürerken bir dönem Yedikule ile Bakırköy arasında da liman olabilir mi diye düşünülmüştür. Bu düşünce mevcut bölgelere yönelik sanayi tesisleri ile beraber düşünülmüş fakat kesin karara varılamamıştır (Tekeli, 2002, s.87).

Şehir İçi Ulaşım

Prost’a göre, modern nakil vasıtalarının ulaşımına uygun bir yol şebekesi tesis edilmelidir. Bu da lastik tekerlekli araçların hareketine uygun bir yol yapısına geçmek anlamına gelmektedir. Bu, Türkiye’de ulaşımın cumhuriyet döneminden başlayarak daha sonra da DP döneminde hızlanan bir şekilde lastik tekerlekli araçlar üzerinden yapılması tercihinin bir tür altyapısı durumunda olarak görülmelidir (Barman, 1979).

Prost ilk etapta İstanbul’un genişlemesi için iki istikametteki yola önem atfetmiştir. Bir tanesi Florya’yı İstanbul’a bağlayan yolun gidiş geliş ayrı bir tarzda olmasını tavsiye etmektedir

Diğerinde de Zincirlikuyu Mezarlığı’ndan başlayan (Yeni Mezarlık da deniyor) Büyükdere Caddesi ki bu yol Hacı Osman Bayırına oradan da Tarabya’ya bağlanan Boğaziçi Yüksek kornişinin zaman içinde çok önemli olacağını düşünmüştür (Özler, 2007. s.134).

Prost göre, Galata köprüsü 50 metre kadar Haliç’e doğru kaydırılmalı, Karaköy ve Eminönü meydanları büyük birer meydan olarak düzenlenmelidir. Bu durum Yeni Cami’ye de daha estetik bir görünüm verecektir. Trafik probleminin çözülmesi önemlidir ve hızlıca çözülmelidir. Bu iş ekonomik uygulamalarla yapılmalıdır. Bilhassa ticari faaliyetlerin yoğunlaştığı yolların yerleri değiştirilmelidir. At Meydanı’nın (Sultanahmet’teki Hipodrom Meydanı) güneyindeki binalar kaldırılarak büyük bir Cumhuriyet Meydanı tanzim edilmelidir. Burada Prost’un Fransız ekolünden hareketle espace libre düşüncesine uygun plan örneklerini görmek mümkündür. Bu da şehir içinde büyük meydanların açılmasına yönelik bir tavsiyedir. Bu tavsiye daha sonraki dönemlerde uygulanmıştır. Örneğin, Taksim Meydanı da büyük çapta genişletilerek kültür tesisleri ile çevrelenecektir. Unkapanı ile Yenikapı arasında Atatürk Bulvarı ve onun ucunda Yenikapı meydana getirilecektir. Buraya bir de uluslararası demiryolu garı düşünülmektedir. Sirkeci Garı da sadece elektrikli banliyö trenlerine ve kısa süreliğine Sarayburnu limanına gelecek yük trenlerine tahsis edilecektir (Barman, 1979, s. 10-11; Bayındır, 2007, s.123).

Prost ayrıca Boğazın Avrupa yakası için biri sahilden biri tepelerden geçen iki korniş yol önermiştir. Sahildekinin Galata Köprüsünden başlayıp, Kabataş feribot iskelesinden geçerek Büyükdere ve

Sarıyer'e kadar uzanması düşünülmüştür. İkincisi tepelerden geçerek Boğaziçi'nin hâkim tepelerini bağlayan, Taksim-Büyükdere-Kilyos yüksek kornişidir. Bu iki korniş Boğaziçi'ni Beyoğlu'na deniz yolu dışında da güçlü bir şekilde bağlayarak canlandırmayı amaçlamaktaydı. Bu yolun daha sonraki yıllarda yapıldığı görülmüştür (Tekeli, 2002. s.82; Bayındır, 2007, s.123).

Sanayi ve Ticaret

Haliç kıyıları ticaret ve bölgesel sanayinin oluşumu için düzenlenecektir. Sanayinin Haliç kıyılarına yöneltilmesi önemli bir tercihtir. Daha sonra İstanbul'un merkezden çevreye taşınmasında birinci hareket noktası Haliç'in çevresindeki sanayi ve ticaretin buralardan kaldırılması olmuştur. Özellikle 1984 sonrası ANAP ve Bedrettin Dalan döneminde en önemli hedef Haliç'in etrafının binalardan ve iş yerlerinden temizlenmesi olmuştur. İstanbul'daki merkezî iş alanlarının bu bölgeden taşınması fikrinin en önemli altyapısı Prost Planı'ndaki tercihin tersi yönünde olmuştur.

Haliç koyununun iki tarafında kamyonlar için geniş birer sanayi yolu açılmalıdır. Buna dayalı olarak bahsi geçen yollar 1950'li yılların ikinci yarısında açılmıştır. İki köprü arasındaki Haliç parçasının bir tarafına haller, balıkthane ve gıda maddeleri pazarlaması, diğer tarafa ise bir rihtim inşası düşünülmüştür. Mevcut çarşıların umumi hali korunmakla birlikte onların da modernize edilmesine çalışılacak ve dış bölümleri otopark olarak revize edilecektir (Barman, 1979).

Prost planında deniz ulaşımı için ilk etapta düşünülen liman Yedikule-Bakırköy arasında kurulursa bunun yanında bir büyük sanayi gelişme alanının da yer alması planlanmaktaydı. Bu plan çerçevesinde Yedikule havagazı fabrikasının Zeytinburnu sanayi bölgesine taşınması düşünülmüştür. Hava alanının yeri de Yeşilköy olarak kesinleşmiştir. Ayrıca Yeşilköy sahilinde uluslararası seferler yapacak deniz uçakları için bir hava limanı da bulunacaktır (Tekeli, 2002. s. 87).

Eğitim, Sağlık ve Kültür

Prost'a göre eski şehre hâkim bir durumda olan üniversite, Beyazıt ve Şehzadebaşı arasında gelişmeli ve sıhhi şartları ihtiva eden bir şekle bürünmelidir. Üniversite meydanı ve çevresi büyük bir park olarak düzenlenmelidir. Merkezî noktada bir millî kütüphane bulunmalıdır. Prost bu noktada da yine büyük meydanlar oluşmasına yönelik bir öneri sunmaktadır (Barman, 1979).

Atatürk Bulvarının batısında, Gureba, Haseki, Cerrahpaşa hastanelerinin bulunduğu saha tıp bölgesi olacak buraya 1.000 yataklı bir belediye hastanesi de yapılacaktır (Tekeli, 2002. s.87).

Spor Sahaları, Yeşil Sahalar

Yenibahçe'de (Vatan Caddesi'nin geçtiği, Vakıf Gureba ile Emniyet'in bulunduğu bölgeler) kale duvarları içinde bitki, hayvan ve kültür parkları tesis edilmelidir. Kale duvarları dışında koşu yerleri, Olimpiyat oyunları için sahalarda düşünülmelidir. Surların dışında en az 500 metre iç kısımdaki mahallelerin durumlarına göre bina yapımına yasak getirilmelidir. Sarayburnu ile Küçükayasofya arasına arkeolojik park tanzim edilmelidir. Havaalanı için yer etütleri yapılmalıdır. Sur dışında Eyüp

ve Rami için 1/2000 planlar yapılmalı ve eski eserler işaret edilmelidir. 1941 yılında bu işlemler gerçekleştirilmiştir (Barman, 1979, s. 11-14).

Prost Planlarında Konferans Vadisi ve İki Numaralı Park Düzenlemesi Haritası'nda İnönü Stadının yeri işaretlenmektedir (Özler, 2007. s.107). Aynı zamanda Not 19'da da Taksim kışlasının bulunduğu bölgede Sergi, Konferans, Tiyatro ve Konser Salonlarını havi bir Spor ve Festival Sarayından bahsedilmektedir (Özler, 2007. s. 120).

Anadolu Yakasında, Üsküdar Ve Kadıköy Arası Düşünülenler

Plana göre Londra-Ankara-Bağdat-Hindistan yolunun girişi olan Üsküdar'ın bilhassa basık kısımlarında önemli istiklak ve inşa faaliyetleri yapılmalıdır. Belli başlı bazı meşhur mezarlıklar ıslah ve muhafaza edilmelidir (Barman, 1979, s. 14). Fenerbahçe, Suadiye, Kadıköy ve Moda civarında düzenlemeler yapılmalıdır. Buna ilaveten sahillerin yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Denize bakan yamaçların iskâna ayrılması gereklidir. Marmara sahilinde adalara karşı manzaradan yararlanmak için burada (Kadıköy-Kartal sahil şeridi) bir yerleşim oluşturmak istemiştir (Bayındır, 2007, s.123).

Boğaz üzerine yapılacak bir köprü veya su altı tünelinin inşaatından doğacak değişiklikler Asya-Avrupa bağlantısının feribot ve arabalı vapurla yapılacağı kabul edilerek dikkate alınmamıştır. Prost'un tasarısında dile getirilen bu konuların o dönemde gündeme geldiği fakat tercih edilmediği görülmektedir. Bunlara ilaveten, Prost'un planlaması içerisinde içme suyu ve kanalizasyon konularında da düzenlemeler önerilmiştir (Barman, 1979, s. 14).

Henri Prost'un Planları İçinde Gerçekleşenler

- Divanyolu, Ayasofya çevresi ve Topkapı Sarayı giriş yolu düzenlenmiştir.
- Babıali civarı, Saraçhane ve Fatih arasındaki yol ve Bozdoğan (Valens) kemerinin meydana çıkarılması gündeme gelmiştir.
- Aksaray Meydanı ve Atatürk Bulvarı açılmaya başlanmıştır. Yeni cami çevresi düzenlenmesi ile hal ve balıkxane yolunun açılmasına başlanmıştır. Bu yol daha sonra 1957-58 yıllarında genişletilmiştir.
- Florya plajı açılmıştır. Florya Plajı çevre düzenlemesi, Belediye Plajı ve Korusu, Plaj Evleri gerçekleştirilmiştir. Prost'un notlarında Florya ile ilgili birkaç yerde bahsedilmektedir. Florya'ya giden yol (Edirne yolu üzeri), plajın tanzimi, bir gençlik parkının tesisi, ağaçlandırma gibi konular planda uzun uzadıya ele alınmış ve sonrasında tatbikata geçilmiştir (Özler, 2007).
- Dolmabahçe Taksim yolu açılmış, Spor Sergi Sarayı inşa edilmiştir. Eskiden Dolmabahçe Sarayı'nın ahırlarının bulunduğu mekâna Dolmabahçe stadı yapılmıştır. Maçka

kışlası önündeki park düzenlenmiştir. Çukurbostan'da Vefa Stadı (Karagümrük Stadı) kurulmuştur.

□ Bebek-İstinye sahil yolu yapılmıştır. Şişhane'den Taksim'e doğru giden Refik Saydam Caddesi, Taksim Meydanı ve Gezi Parkı yapılmıştır.

Beşiktaş'ta Barbaros Meydanı ve anıtı, Dolmabahçe Meydanı, Şişli Meydanı ve Üsküdar Meydanı oluşturulmuştur. Bu dönemde yapılanlar arasında dikkat çeken en önemli husus büyük meydanların ve geniş yolların planlanması ve bir bölümünün açılmasıdır (Barman, 1979, s.19; Tekeli, 2002, s.88-89).

Prost Planıyla İlgili Yapılan Çeşitli Yorumlar

Burada Prost'un teklif ve çalışmaları hakkında yapılan yorumlar ve değerlendirmelerle ilgili bir bahis açmak yararlı olacaktır. Çünkü Prost tarafından öne sürülen düşüncelerin bir bölümü onun vazifede olduğu dönemde gerçekleşmişti. Fakat bir bölümü de kendi döneminde gerçekleşmemiş ve muhtemelen daha sonraki dönemlerde bu düşüncelerden istifade edilmişti. Bir diğer husus da Prost planı ile gerçekleşen birçok düşünce ve eylem daha sonraki yıllarda İstanbul'un gelişmesini derinden etkilemişti.

Prost, öncelikle yerel ve uluslararası ölçekte etkili bir ulaşım sistemi çözmeyi hedeflemiştir. Tarihi eserlerle donatılmış silüetin korunmasını en önemli konu olarak görmüştür. 2700 yıllık tarihi dokunun şehrin yeniden imar edilmesi sürecini "hassas bir ameliyata" benzeten kent planlamacısı, "bakir bir alandaki" imar problemlerinin daha rahat çözülebileceğini ama İstanbul'un da korunması gereken tarihi bir dokuya sahip olduğunu konferanslarında vurgulamıştır. Kısaca özetlemek gerekirse, Prost'un başlıklarında öne çıkan noktalar şöyledir: Anıtların korunması; mevcut yolların topoğrafyaya uygun olarak genişletilmesi; sağlıklı, eski binalar ve güneşsiz, havasız mahallelerin bakımı ve buraların parklarla ve meydanlarla geliştirilip güzelleştirilmesi; kent sakinleri için ekonomik ve hijyenik amaçlar doğrultusunda işlevsel bölgelerin (endüstri, kamu alanları, konut, ulaşım) belirlenmesi ve İstanbul'un kentsel özelliklerinin korunmasıdır. Buralar; Boğaziçi, anıtlar, Haliç, Çamlıca, Adalar, Kurbağlıdere ve klasik İstanbul silüeti gibi alanlardır.

Prost'un raporlarında, güzelleştirme kavramı (embellissement) anlaşılması noktasında en çok problem oluşturan terimdir. Prost'un güzelleştirme kavramı, doğal mirasın korunmasını ve anıtların restorasyonunu, bunları çevreleyen yeni yolları, hijyenik, sağlıklı mimari ve kentsel çevreyi ve en önemlisi geniş meydanlar diye de vasıflandırılabilir, bir başka tanımla da kamusal alanları veya başka bir deyimle büyük meydanları serbest toplanma alanlarını içerir (Akpınar, 2010) İstanbul için güzelleştirme kavramını başka bir bakış açısıyla özetle dört maddede değerlendirmek mümkündür. Bunlardan birincisi eski İstanbul'un silüetinin korunması, ikincisi başta Boğaziçi olmak üzere şehrin doğal zenginliklerine ulaşılabilmesi, üçüncüsü kentteki yol vb alt yapı ile yeni yapılacak binaların dönemin mimarlık anlayışına göre en iyi nitelikte gerçekleştirilmesi, dördüncüsü ise değeri olan tarihi

eserlerin korunması ve restore edilmesiydi. Bu plan ve programın Türkiye'nin o zamanki ekonomik olanakları göz önünde tutulursa çok iddialı olduğu söylenebilir (Tekeli, 2002, s.88).

Tüm bunlara ilave olarak, planın uygulanmasının on beş yıl sürmesi; bu dönem içinde çeşitli aşamalardan geçerek kısmi değişimlere uğraması; II. Dünya Savaşı'nın ekonomik koşulları içinde 1943'te onaylanan uygulama planının ancak bir bölümünün uygulanabilmesi, Prost Planı'nı tümüyle değerlendirmeyi zorlaştıran önemli bir etkidir (Akpınar, 2010).

Prost planı için öne sürülen bir başka yorum da şöyledir: Bu plan İstanbul'un daha önceki Greko-Romen planlaması üzerinden hareket ederek, tavsiye ettiği geniş bulvarlarıyla, içe kapalı mahallelerin dışarı açılarak sokakların etnik-dini kimliklerini yok ederek, kadın-erkek herkesin kentin ulaşım planıyla, kent dokusunun bütününe dahil edilmesiyle, laik bir kent merkezine dönüşmesini hedef almaktadır (Güner, 2014).

Bu yaklaşıma göre koruma ve güzelleştirme kavramları, esasında Türkiye'yi Cumhuriyet sonrasında Osmanlı mirasına pek de sıcak bakılmayan bir iklim içinde İstanbul'u kökü Fransız devrimine kadar dayanan geniş meydanların bulunduğu başka bir geleneğe bağlamak için de kullanıldığını iddia edilmektedir. Plandaki tüm Roma-Bizans mirasının korunmasına yönelik tasarımlar ve anıtların çevresinin açılıp geniş meydanlara dönüştürülmesi bu çerçevede ele alınabilecek uygulamalardır (Akpınar, 2010).

Konunun gençlikle ilgili yönü ele alındığında ise şöyle bir yaklaşım ortaya çıkmaktadır: Atatürk'ün cumhuriyeti ve reformları emanet ettiği gençlik, Prost'un İstanbul Planı'nda en sık değinilen temalardan biridir. Gençlik için tasarlanan yeni kültürel mekânlar ve spor sahaları, yalnızca Batılılaşmayı değil, tüm sosyal yapıyı topyekûn değiştirmeyi hedefleyen ulus devletinin radikal reformlarının fiziksel ve mekânsal alandaki tamamlayıcı unsuru olarak görülebilir. Bu dönemde gerçekleştirilen Spor ve Sergi Sarayı ve Mithatpaşa stadyumu bu fikri kuvvetlendirici mahiyetteki eserlerdir. Bu tesislerle gençliğin toplu sportif aktivitelere teşviki sağlanmıştır.

Geniş meydanların (espaces libres) düzenlenmesi, bulvarlar, parklar ve meydanlar aracılığıyla şehrin yapısının değiştirilmeye çalışılması, kadın ve erkeklere eşit ve özgürce beraber olma imkânı veren bir teşebbüs olarak yorumlanmaktadır. Yeşim Arat'ın "Project of Modernity and Women in Turkey" başlıklı makalesinde belirttiği üzere "kamusal alanda kadının varlığı, Türk modernite projesi kapsamında en etkili görsel ve simgesel ifadeler taşımaktadır." (Arat, 1997, s.100). Bu çerçevede Prost'un önerileri, devletin idari ve hukuki düzenlemelerinin günlük pratiğe aktarımında etken olduğu iddia edilmektedir.. Prost Planı'nın anlamı, bu geniş kamu mekânlarında gizlidir: Geniş kamusal mekanların varlığı hukuki ve idari alanlarda yapılan seküler mahiyetteki reformların bir tür görünen yüzü olarak da işlev görmüştür.

Prost'un tavsiye ettiği geniş bulvarların açılması, başka bir ifadeyle mahallî karakterli dinî gücün (cami veya mescitlerdeki din görevlilerinin) mahalleli üzerinde geleneksel anlamda oluşturmuş olduğu

otoriteyi ve etkiyi, fiziki unsurlar da kullanılarak bir şekilde azaltma ve etkisizleştirme aracı olarak da kullanılmak istendiği tarzında da yorumlanmıştır. (Akpınar, 2010). Bu anlamda çıkmaz sokak yapısının ortadan kalkmasına da hizmet eden bu yaklaşım ve kurgulanan tasarım, geleneksel mahalle yapısının kısmen de olsa bozulmasına; kadın-erkek herkesin kentle daha kolay bütünleşmesine yol açmaktadır. Oysa Osmanlı mahalle kurgusunda mahremiyetin taşıdığı önemi, şekilsel olarak da gösteren “çıkılmaz sokak” çok önemli bir özelliktir (Mutlu, 2015).

Bu temalar çerçevesinde Prost Planı'nın, ulus devletin hukuki, idari ve kültürel reformlarını şehrin yapısına taşıdığı; sekülerleştirici radikal reformları, görsel ve fiziksel olarak vurguladığı tarzında da değerlendirilmiştir (Akpınar, 2010). 2007 Yılında yapılan İkinci Eminönü Sempozyumunda Henri Prost tarafından yapılan düzenlemelerin sebep olduğu sonuçlarla ilgili ilginç bir tez daha ileri sürülmüştür. (Çiftçi, 2007) Burada ifade edildiği üzere Osmanlı padişahları tahta çıktıklarında ilk kılıç kuşandıkları mekân burasıdır. Dünyanın farklı bölgelerinden hacca giden Müslümanlar, öncesinde yüzyıllar boyu Eyüp Sultan'a ziyarete gelmişlerdir. Yine Haliç'in kıyı bölgelerinde çok uzun bir süre İstanbul'un zenginleri yalılar, köşkler ve türlü süslü yapılar içinde bu bölgelerde ikamet etmişlerdir (Sevengil, 1985).

Zaman içinde Hristiyanlar Fener'de, Yahudiler de Balat civarında yerleşmişler ve Unkapanı'ndan Eyüp'e kadar devam eden sahil şeridi Dini özelliklere sahip kesimlerce bir meskun mahal haline gelmiştir. Haliç kıyılarına sanayinin kaydırılması ve sanayi ile birlikte çevresinde bir gecekondulaşma ortaya çıkması bu bölgelerin nezahatini bozmuştur. Prost planının bu tarz bir menfi tesiri de oluşmuştur. Bu hal Bedrettin Dalan zamanında başlayan ve sonrasında da devam eden düzenlemelerle kısmen daha iyi bir noktaya gelmiştir (Çiftçi, 2007).

LUICI PICCINATO'NUN İSTANBUL PLANI

İstanbul'a yönelik planlama çalışmaları içerisinde hem bulunduğu dönem hem de daha sonraki yıllara yaptığı muhtemel etkiler göz önüne alındığında önemli olarak zikredilebilecek diğer bir plan çalışması da İtalyan şehir plancısı Prof. Dr. Luigi Piccinato'nun etkin rol aldığı bir çalışmadır (Köseoğlu, 2010, s. 44).

İstanbul'da o ana kadar gerçekleştirilen uygulamalara getirilen yoğun eleştirilerden ötürü şehir için yeni bir planlama çalışmasının gerekli olduğu noktasına gelen hükümet bu sefer daha farklı bir ismi şehrin planlaması için göreve çağırmayı kararlaştırmıştır. Bu isim İtalyan şehir planlamacısı Luigi Piccinato olmuştur.

Piccinato'ya göre bir şehre dışarıdan içeriye, bulunduğu bölgeden şehre doğru bakmak gerekir. Şehre bakmak demek ona yeni gelişme alanları sağlamak, nüfusunu arttırmak, isakan şartlarını düzenlemek ve trafiğini hale yola koymaktan ibaret olmamalıdır. Bunun ötesinde üretim araçlarını daha uygun yerlere yerleştirerek şehrin gelişmesini ekonomik bir fonksiyona bağlayacak bir organizma oluşturabilmeye çalışılmalıdır.

Piccinato'ya göre şehir kontrol altına alınmalı, şehrin tabii gidişi tarafından sürüklenilmemelidir (Özler, 2007. s.401)

Piccinato, Prost'un planlamasında görülen şehri tek merkezli ve dairesel bir kurgu içinde toplama ve yoğunlaştırma yaklaşımına karşı çıkmış ve İstanbul ve çevresindeki gelişmeyi doğu batı doğrultusunda bir çizgi üzerinde kurgulamanın önemli olduğunu savunmuştur. Bu çizgi üzerinde birbirlerinden yeşil alanlarla ayrılmış ve birden fazla merkezi olan bir şehir yapısı tasarlamıştır. Piccinato bu ana görüşüne uygun olarak Menderes'in döneminde açılan Vatan ve Millet Caddesi gibi büyük caddeleri, Boğaziçi ve Haliç sahillerinde açılan yolları, Yıldız yolu, Anadolu yakasında hemen sahilden geçirilen Ankara yolu, Salıpazarı antrepoları, sur dışındaki Yedikule-Ayvansaray sahil yolunun sanayi yolu haline getirilmesi gibi uygulamaları yanlış buluyordu. Bu uygulamaları ,şehrin merkezinde önemli bir nüfus yoğunlaşmasına sebep olacağını düşünerek eleştiriyordu (Bilsel, 2016;Tekeli, 2002. s.113).

Piccinato 1958 yılında bu yöndeki çalışmalarına başlamıştır. İlk olarak Kasımpaşa ve Kağıthane vadilerinde sanayi faaliyetlerinin dondurulması gerektiğinin savunan İtalyan şehir planlamacısı bu bölgelerin turizm kaynakları olarak muhafaza edilmesini savunmuştur. Piccinato Planı'nın başlıca maddeleri şu şekilde özetlenebilir:

□ İstanbul'un planlaması için yapılacak çalışmada sadece şehrin iç yapısı değil şehrin içinde yer aldığı geniş bölge çapında bir planlama düşünülmelidir.

□ Sanayi ve yerleşim alanları düşünülürken tek merkezli değil birden fazla merkezi olan bir şehir kurgusu tasarlanmalıdır. Dolayısıyla şehrin yerleşim alanlarında yoğunluğun azaltılması hedeflenmelidir.

□ Piccinato daha çok ülkesel düzeyde bir politika kararı verilerek İstanbul'un bir üretim kenti olmaktan çok bir ticaret, tüketim, kültür ve yönetim merkezi haline getirilmesini, sanayinin desantralize edilmesini istemektedir (Tekeli 2002; Özler 2007. s.402).

(Bu yaklaşım Prost Planı ile sanayiye kısmen şehrin içinde değerlendiren ve buna bağlı olarak üretim mekanlarını yoğunluklu olarak Haliç kıyısına taşıyan yaklaşımdan uzaklaşma eğilimi göstermektedir. Daha sonraki şehir planlama çalışmalarında da bu tarz yaklaşımlar ve karşılıklı fikir farklılıkları sürekli olarak meydana gelmiştir. 1990 yılının sonlarında İstanbul Ticaret Odası da bu yaklaşıma kısmen uyan bir politika savunmaya başlamıştır. İstanbul'un bir ticaret, finans, kültür ve turizm kenti olmasını savunmuştur)

□ İstanbul'daki sanayi tesislerinin şehrin daha çok doğu bölgelerine doğru kaydırılmasına gayret sarf edilmelidir. (Özellikle Bostancı'dan sonrası işaret edilmektedir) Burada komşu şehirler olan İzmit, Bandırma ve Gebze üretim alanlarının yönlendirildiği bölgeler olarak düşünülmelidir (Köseoğlu, 2010) (Tekeli, 2002) Endüstri ve tersane sahaları İzmit ile Adapazarı arasına geliştirilmelidir. Tekirdağ ve Anadolu tarafındaki limanlar, İzmit, Gemlik ve Bandırma bir üretim ve iş alanları dokusu ortaya çıkarmalı, bu şekilde zaten çok

kalabalıklaşmış olan şehre daha fazla işçi akımını engelleyecek bir filtre görevi ifa etmelidir (Özler, 2007. s.403).

□ Haliç kıyıları sanayi tesislerinden mümkün olduğu ölçüde arındırılmalıdır. Ayrıca Topkapı ve Rami bölgelerinde mevcut olan sanayi tesislerinin yararlanabileceği bir liman alanı olarak Kazlıçeşme ve Bakırköy arasındaki bir bölge tespit edilmelidir.

□ Şehrin yeni ulaşım sistemi de tavsiye edilen düzenlemelere uygun olarak yeniden tasarlanmalıdır. Bu çerçevede Haliç'in üzerine bir üçüncü köprü daha düşünülmelidir. Ayrıca Boğaz'ın üzerine de bir köprü yapılması uygundur. Bu köprü için de Ortaköy ile Beylerbeyi arası en uygun nokta olarak görülmektedir. Çevre yolları da bu plana göre yapılmalıdır. (Köseoğlu, 2010, s. 44).

□ Kağıthane'de bölgesinde büyük bir hayvanat bahçesi yapılması şehir için önemli bir zenginlik olacaktır. Ayrıca surların iç ve dış bölgelerindeki yeşil alanların Marmara Denizi ve Haliç'in kıyılarındaki yeşil alanlarla bağlantılı olmasına özen gösterilmelidir.

□ İstanbul'daki tarihi değeri olan eserlerin korunmasına özel bir önem verilmelidir. Ayrıca sahil bölgelerinin yanlış bir şekilde kullanılmaması için tedbirler alınmalıdır. Tüm bunlar şehrin turizm potansiyeline ciddi katkı sağlayacak nitelikteki tedbirlerdir. (Köseoğlu, 2010)

□ Piccinato İstanbul'u turizm kaynakları bakımından dünyanın en değerli yerlerinden biri olarak görmektedir. Bu kaynaklar olarak tarihi eserleri, Boğaziçi'nin peysajı, Haliç-Alibeyköy deresini, Kağıthane vadisinden Belgrad Ormanlarına uzanan vadiyi, Marmara ve Karadeniz sahilindeki plajları, Adaları ve nihayet Yalova, Bursa, Uludağ ve Çekirge kaplıcalarını saymaktadır. Piccinato'ya göre bölgesel ve metropoliten ölçekteki planlarla ismi geçen bu bölgeler geliştirilmeli ve korunmalıdır (Tekeli, 2002. s.114; Özler, 2007, s.403)

Piccinato'nun planlaması konu ile ilgili çevrelerce uygun bulunmasına rağmen İmar ve İskân Bakanlığınca revizeye ihtiyaç duyulduğu gerekçesi ile ilk etapta onaylanmamış ve bakanlık daha sonra İstanbul'da bir Bölge Planlama Bürosu açmıştır.

1960-1980 ARASINDA ANA HATLARI İLE İSTANBUL'DAKİ PLANLAMA ÇALIŞMALARI

Devlet Planlama Teşkilatı, İmar ve İskân Bakanlığı, Bölge Planlama Dairesi ve İller Bankası'nın finansmanı ile 1966'da Büyük İstanbul Nazım İmar Bürosu kurulmuştur. Piccinato da buraya danışman olarak getirilmiştir. Bu büronun hazırlamış olduğu İstanbul sanayi nazım planı, İstanbul'un bu tarihten sonraki sanayi tesislerinin dağılımını önemli ölçüde etkileyen bir plan olmuştur.

İstanbul ile ilgili şehir bazında çeşitli planlama çalışmaları yapılırken üzerinde bir dönem tartışılan Boğaz Köprüsü gibi bir karar merkezî hükûmet tarafından da alınmış ve bunun üzerine köprü yapımı hedefine yönelik çalışmalara başlanmıştır.

Bahsi geçen büronun Piccinato Planı doğrultusunda yürüttüğü çalışmalar çerçevesinde gündeme gelen bir diğer önerisi de kara ulaşımının aksine şehirde hızlı bir deniz ulaşımı geliştirilmesi yönünde olmuştur. (Köseoğlu, 2010)

Piccinato, Büyük Nazım İmar Bürosuna danışman olduğu devrede, bölge ölçeğinde geliştirilmesini düşündüğü altyapı planlaması kapsamında bir hız yolları (otobanlar) sistemi önermiş, Trakya'dan Ankara'ya uzanan ana bağlantı üzerinde Boğaz Köprüsü'nün kritik önemde olduğu üzerinde durmuştur.

Bölgesel yol altyapısının inşa edilmesiyle İstanbul Limanı'nın öneminin azalarak Tekirdağ, Bandırma ve İzmit limanlarının öne çıkacağını yeniden vurgulamıştır. Yukarıda da ifade edildiği üzere kendisi deniz trafiğinin geliştirilmesi konusunu da öncelleyen bir yaklaşıma sahipti.

Piccinato ayrıca,, ileride ortaya çıkabilecek trafik problemine karşı karayolu altyapısının metro sistemiyle desteklenmesini de önermiştir. İstanbul ve çevresinin tarihî ve doğal değerlerinin korunması konusuna özel bir önem veren şehir planlamacısı, kıyı alanlarının korunabilmesi için yol güzergâhlarının kıyıda uzakta geçirilmesi üzerinde durmuştur. (Bilsel, 2016)

Piccinato tarafından hazırlanan Büyük İstanbul Nazım Planı; İstanbul'un betonlaşarak büyümesi tehlikesine karşı şehrin tarihsel gelişme sürecinde kazandığı kültürel ve tarihî çevrenin korunması, “Büyük İstanbul” için Büyükşehir mantığı ile merkezi bir yönetim oluşturulması ve metropoliten planlamaya halkın katılımının sağlanması ilkelerini içeriyordu. Hazırlanan bu plan ile yeni büyüme merkezleri oluşturularak, İstanbul'un aşırı büyümesinin ve iktisadi faaliyetlerin belli bölgelerde aşırı yoğunlaşmasının önüne geçilmesi hedeflenmiştir.

Bedrettin Dalan'ın yönetime gelişi sonrası özellikle Haliç'in çevresinin sanayiden arındırılması, şehrin merkezî iş alanlarının geleneksel merkezin dışına doğru çıkartılması, ilave olarak yine merkezî bölgelerdeki üretim tesislerinin şehrin daha farklı kenar alanlarına yönlendirilmesi ve deniz taşımacılığına doğru dikkatlerin artması gibi noktalar Piccinato'nun önerilerinin bir şekilde uygulanması olarak da değerlendirilebilir.

Piccinato'nun hazırlamış olduğu plan “Geçit Devri Nazım Planı” olarak da adlandırılmıştır.. Araştırma çalışmaları sırasında kentin nüfusunun 3 milyon olacağı kestirilmiş, ancak yapılacak bölge planlama çalışmalarını bağlamamak için planda 2.5 milyon nüfusun yerleşeceği alanların gösterilmesiyle yetinilmiştir.

Konut alanlarının gelişmesi açısından ise Piccinato planı, İstanbul ve Beyoğlu yerleşmelerini artık doymuş kabul etmekte bunların yüklenmemesini istemektedir. İstanbul'da kısmi bir yoğunluk

yenilenmesini, Beyoğlu'nda, Levent kesiminde bir miktar büyümeyi kabul etmektedir. Piccinato Bakırköy-Florya yönünde gözlenmekte olan konut gelişmesinin de bu kesimin soğuk rüzgarlara açık olması ve Anadolu pazarından gittikçe uzaklaşması dolayısıyla özendirilmemesi görüşündedir. Piccinato'nun sözleriyle "İzmit körfezine kadar uzanan sahil ile eski Ankara şosesi arasındaki şeride gelince, burası sahilde ufak barınaklarla kara ve demiryolu ile beslenmekte, verimli tarım sahaları bulunmakta, metropole ulaşan yolların üzerinde ve arkalarında mükemmel manzaralı ve tepeler tarafından soğuk rüzgarlardan mahfuz ideal iklim şartlarını haiz bir bölgecik olup İstanbul'un metropoliten sahası dahilinde daha bir miktar çalışma ile iskan sahalarının geliştirilmesine pek elverişlidir"(Tekeli, 2002. s.113).

Piccinato hazırladığı planı kesin bir plan olarak görmemekte geçici bir plan olarak ele almaktadır. İleride hazırlanacak bir bölge programının hatta ülke çapında bir planın öncüsü olarak görmektedir (Özler, 2007. s.408).

Gerçekte Piccinato'nun bu planı hazırladığı yıllar Türkiye'de bölge planlamanın ilk kez ciddi olarak planlama gündemine girdiği yıllar olmuştur. 1959 yılında İstanbul'da toplanan UIA Şehircilik komitesi başkanı Andre Gutton hazırladığı rapor da, muhtemelen bu çalışmaların da etkisiyle "İstanbul'un memleket içindeki rolü bir bölge planı ile hemen saptanmalıdır" yorumunu yapmış, sanayinin desantralize edilip kentin daha fazla büyütülmemesi, turizime öncelik verilmesi, tarihsel değerlerin korunması vb. bakımından Piccinato'nun amaçladığı çizgiyi izlemiştir (Tekeli, 2002. s.114).

SONUÇ

Osmanlı'nın batılılaşma serüveni içerisinde Devletin o dönemki payitahtı olan Dersaadet'in yani İstanbul'un nasıl daha iyi bir yerleşim beldesi olabileceği üzerinde fikirler ileri sürülmüştür. Özellikle 19'ncü yüzyılın ikinci yarısında meydana gelen yangınlar sonrasında bu arayış daha da artmış adeta yangınları da fırsat bilen yönetim önce ahşaptan kagire geçiş, sonrasında da bilhassa batılı kentleri örnek almaya çalışarak İstanbul'u yeniden imar etme yolunda gayret sarfetmiştir. Bu gayretler çok iyi tasarlanmış büyük ve organize bir hayalin mahsulu olarak yapılmamış olsa da yine de bu hedefe yönelik parça parça uygulamalar görülmüştür.

Cumhuriyetin ilanı sonrasında özellikle 1930 yılında kabul edilen Belediye ve Umumi Hıfzısıhha Yasasına dayanılarak İstanbul'un Batılı kentleri örnek alarak yeniden planlanması yolunda arayışlara başlanmıştır. Bu çerçevedeki ilk teşebbüs Henri Prost'un 1937 yılında bu göreve getirilmesi ile başlayan çalışmadır. Prost genelde şehri bir Merkez etrafında dairesel tarzda geliştiren bir yaklaşım ortaya koymuş ve bu yaklaşım şehrin içinde nüfus yoğunlaşmasını da beraberinde getirmiştir.

Prost şehirde ulaşımın genelde lastik tekelekli araçlarla yapılması tercihine göre bir planlama yapmıştır. Fransız Devrimi sonrası tercih edilen espace libre yani geniş kamusal alan tabiriyle ifade edilen geniş meydanların açılmasını tavsiye etmiştir. Bu cümleden olarak Sultanahmet Meydanı,

Beyazıt Meydanı, Taksim Meydanı, Beşiktaş Meydanı gibi alanların açılmasına girişilmiştir. Bu yaklaşım Cumhuriyet ile birlikte yapılan Batılılaşma yönündeki radikal tercihin bir uzantısı olarak da değerlendirilmiştir. Prost ayrıca Spor Sergi Sarayı, Dolmabahçe Stadyumu gibi kitlesel sportif aktiviteler yapılabilecek alanlar inşa edilmesini tavsiye etmiş ve bu istek gerçekleştirilmiştir.

Prost planında en dikkat çeken noktalardan biri Haliç'in Unkapanı'ndan sonraki bölümünde sanayinin yerleşmesine izin vermek olmuştur. Bu husus tahminimizce İstanbul'un sonraki dönemleri için de çok zarar verici bir yaklaşım olmuştur. Daha sonraki dönemlerde bu yanlış tercihin tesirlerinin ortadan kaldırılması için büyük gayret sarfedilmiştir. Hala da bu konuda tam olarak istenen sonuçlara ulaşıldığı iddia edilemez. Yine Haliç'in Unkapanı Köprüsü ile Eminönü arasındaki bölgesinde bazı ticari kolların konuşlanmasını teşvik etmesi de ileriye yönelik şehrin Merkez bölgelerinde çok fazla kalabalıkların oluşmasına zemin teşkil etmiştir. Bu halin tabii sonucu olarak Haliç ve çevresi büyük ölçüde kirlenmiş, İstanbul'un Beyazıt ile Eminönü arasındaki Merkezi İş alanı bölgesinde hem insan unsuru hem de vasıtalarından dolayı ciddi bir yoğunlaşma olmuştur

Prost planı sonrası iktidara gelen DP döneminde ise Prost'un bazı önerileri biraz da abartılarak gündeme getirilmiş ve uygulanmıştır. Vatan, Millet ve Ordu Caddelerinin yapılması, bazı meydanların yeniden organizasyonu gibi çalışmalar da bu çerçevede değerlendirilmelidir.

1958 yılında göreve çağrılan L. Piccinato'nun mimari yaklaşımı ise Prost'un önerilerinin zıddı bir mahiyet arz etmektedir. Piccinato şehri doğu batı ekseninde bir yol üzerinde planlamış ve aralarda yeşil adacıklarla boşluklar tasarlamıştır. İlave olarak sanayii imkan nisbetinde İstanbul dışına çıkararak Marmara bölgesi içine yaymaya çalışmıştır. Bu arada daha önceleri Haliç kenarına yerleştirilmiş olan sanayi yapılarını da buradan derhal başka alanlara taşınmasını temin etmenin önemi üzerinde durmuştur. Ona göre şehrin tarihi yönünün ve bu başlıktaki eserlerin öne çıkarılmasını savunmuştur.

1984 Sonrasında İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olan Bedrettin Dalan'ın en önemli hedeflerinden birisi Haliç'in çevresinin temizlenmesi ve orada büyük bir yeşil alan oluşturulması fikridir (Dalan, 1989). Piccinato'nun önerileri arasında en önemli yeri tutan görüşlerden biri de Haliç'in çevresinin temizlenmesidir. Piccinato'nun bir diğer önemli tesbiti şehrin bir finans, kültür ve turizm beldesi olması gerektiğidir. Piccinato'nun bu görüşü 1984'den sonraki dönemlerde İstanbul'a Belediye Başkanı olacak kişiler tarafından öncelikle tercih edilmiştir. Bu görüş İstanbul Ticaret Odası tarafından da 1990'ların sonundan itibaren savunulan bir görüş haline gelmiştir. Bu hedef 1996-2000 arasında kapsayan Yedinci Beş Yıllık Plan hedefleri arasında da zikredilmiştir (Yemen, 2015, s. 1012).

Görüldüğü üzere Prost ve Piccinato'nun planları İstanbul'un bugün aldığı şekil üzerinde önemli tesir bırakmış iki yaklaşım olarak Cumhuriyet sonrası dönemde yer etmiştir. Bu iki planlama yaklaşımı birbirlerinden tamamen zıt mahiyettedir. İstanbul'u planlama mevkiinde bulunan kişiler bu iki şehir planlamacısının fikirlerinin tamamını uygulamamışlardır. Bazı noktalarda aynen kullanmışlar bazı

noktalarda ise başka görüşlerle harmanlayarak ele almışlar bazen de merhum Menderes'in Vatan ve Millet Caddelerinde yaptığı üzere uygulamalarında olduğu gibi biraz abartılarak tatbik etmişlerdir.. Prost döneminde onun bazı yaklaşımları bizzat onun murakabası altında kuvveden fiile çıkmıştır. Fakat Piccinato'nun fikirleri resmen kabul edilmemekle birlikte özellikle 1960'ların ikinci yarısındaki Şehrin Sanayi Planlamasında dikkate alınmıştır. Sanayiinin şehrin merkezinden dışarı çıkartılması fikri o dönemlerde önem kazanmıştır. Piccinato'nun planlarının en fazla tatbik mevkiine konduğu dönem olarak 1984'den sonra İstanbul Belediye Başkanı olan Bedrettin Dalan'ın dönemini görmekteyiz. Fakat burada da Piccinato'dan söz edildiğine herhangi bir kaynakta rastlayamadığımızı işaret etmek durumundayız. Dalan döneminde deniz trafiği alanında belli bir atak yapılmasının altında da Piccinato'nun telkinlerinin hissetmek mümkün gibi görünmektedir.

Bu çalışmanın dikkat çekmeye çalıştığı en önemli noktalardan bir tanesi H. Prost'un planlamalarında sanayinin Haliç çevresine taşınmasının tavsiye edilmesi ve buna dayalı olarak icraatlerin gerçekleşmesi yanında Piccinato'nun bu noktayı ciddi şekilde karşısına alan bir planlama tezi geliştirmesidir. Burada ilginç olan nokta ise ancak 1984 sonrasında Haliç'in etrafının çok radikal bir şekilde temizlenmesi ve bu bölgelerde daha fazla konuşlanmış olan İstanbul'daki iş alanlarının büyük ölçüde şehrin farklı yönlerine doğru kanalize edilmesi mümkün olabilmiştir. Özellikle Dalan tarafından yapılan bu icraatlar sırasında Piccinato'dan ve fikirlerinden çok fazla bahsedilmemesi araştırmalar sırasında dikkatimizi çekmiş ve çalışmamızda bu hususa özellikle vurgu yapmaya gayret edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Akpınar, İ. (2010). “İstanbul’u (yeniden) inşa etmek: 1937 Henri Prost Planı,” 2000’den kesitler II: Cumhuriyet’in mekanları/zamanları/insanları. *Doktora Araştırmaları Sempozyumu Kitabı* (s. 107-124). içinde Ankara: Dipnot Yayınları&ODTÜ Yayınevi.
- Arlı, A. (2016). İstanbul'un uzun asrı: dünya ve Türkiye ölçeğinde. İçinde *Antik Çağ'dan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi*. İstanbul: Kültür A.Ş.
- Arat, Y. (1997). The project of modernity and women in Turkey. S. Bozdoğan, & R. Kasaba içinde, *Rethinking modernity and national identity in Turkey* (s. 95-112). Seattle: University of Washington Press.
- Barman, A. (1979). *Prost'un İstanbul Nazım Plan çalışmaları: İstanbul/yok edilen kültür mirası*. İstanbul: İmar İskân Bakanlığı Büyük İstanbul Nazım Plan Bürosu Başkanlığı.
- Bayındır, S. (2007). Atatürk döneminde İstanbul'un imarı ve Henri Prost planının basındaki yankıları (1936-1939) <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/675998>
- Bilsel, F.C (2016): Geç Osmanlı döneminden Cumhuriyet çağdaş şehir düşüncesi; büyük İstanbul tarihi; (cilt 8) içinde *Antik Çağ'dan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi*. İstanbul: Kültür A.Ş. <https://istanbultarihi.ist/324-gec-osmanli-doneminden-cumhuriyete-cagdas-sehir-dusuncesi-ve-istanbul-planlamasi>
- Çiftçi, İ. (2007). Küreselleşme paradoksuyla gelen çatışmacı görüşler ve çoğulcu bir kuruluş paradigması olarak: Tarihte ve günümüzde İstanbul ruhu. *Eminönü İkinci Uluslararası Sempozyumu*. İstanbul.
- Dalan, B. (1989, 25 Mart). (İ. İ. Gazetesi, Röportaj Yapan)
- Güner, K. (2014). Her milli mimari fenadır, her iyi mimari millidir. *Bilim ve Gelecek Dergisi*, (130), <https://bilimvegelecek.com.tr/index.php/2014/12/01/her-milli-mimari-fenadir-her-iyi-mimari-millidir/>
- Karpat, K.H., (2003) *Osmanlı Nüfusu (1803-1914) Demografik ve Sosyal Özellikleri*. İstanbul: Tarih Vakfı yayını.
- Karpat, K. (2010). Osmanlı Nüfusu. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Köseoğlu, F. G. (2010). *Haliç'te kültür endüstrilerinin yer seçimi, kümelenme eğilimi ve kentsel yenileşme ile kültür endüstrileri arasındaki iletişim*. İstanbul: İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. <https://polen.itu.edu.tr/bitstream/11527/8073/1/10882.pdf> adresinden alındı

- Kubilay, A; (2016). Batı kaynaklı haritalardaki İstanbul, (Cilt 1). içinde *Antik Çağ'dan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi*. İstanbul: Kültür A.Ş.<https://istanbultarihi.ist/28-bati-kaynakli-haritalardaki-istanbul>
- Mutlu, A. (2015). Sokağa çıkmak için çıkmaz sokak. *IV. Uluslararası Canik Sempozyumu*. Samsun Ondokuz Mayıs Üniversitesi İİBF.
- Özler, Ş (2007): *Cumhuriyet Dönemi İstanbul Planlama Raporları (1934-1995)*. İstanbul: TMMOB Mimarlar Odası Yayınları
- Sevengil, R. A. (1985). *İstanbul Nasıl Eğleniyordu?* İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tekeli, İ (2009). İstanbul'un Planlamasının ve Gelişmesinin Öyküsü https://www.academia.edu/30440029/%C4%B0stanbulun_Planlamas%C4%B1n%C4%B1n_ve_Geli%C5%9Fmesinin_%C3%96yk%C3%BCs%C3%BC
- Yemen, A. (2015, Nisan). Kalkınma Planlarında Büyükşehirlerin Mevcut Durum Analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37).

Geliş Tarihi:

27.04.2022

Kabul Tarihi:

05.11.2022

Yayımlanma Tarihi:

31.12.2022

Kaynakça Gösterimi: Korkmaz, F., Kıyak, E., & Akçay, P. (2022). Örgütsel çalışmaların yönetimine yönelik bir araç olarak arabuluculuk. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(45), 1649-1669. doi: 10.46928/iticusbe.1059002

ÖRGÜTSEL ÇATIŞMALARIN YÖNETİMİNE YÖNELİK BİR ARAÇ OLARAK ARABULUCULUK

Derleme

Fahrettin Korkmaz 

Sorumlu Yazar (Correspondence)

Atatürk Üniversitesi

fkorkmaz@atauni.edu.tr

Emre Kıyak 

Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi

dr.emrekiyak@yandex.com

Püren Akçay 

Haliç Üniversitesi

purenakcay@halic.edu.tr

Fahrettin Korkmaz, Atatürk Üniversitesi Hukuk Fakültesi, İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku Anabilim Dalı emekli öğretim üyesidir. İş hukuku ve iletişim hukuku alanlarında çeşitli konular üzerine yayınlanmış çalışmaları bulunmaktadır.

Emre Kıyak, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Medenî Usûl ve İcra İflâs Hukuku Anabilim Dalı öğretim üyesidir. Medenî usûl hukuku alanında çeşitli konular üzerine yayınlanmış çalışmaları bulunmaktadır.

Püren Akçay, Haliç Üniversitesi, Beden Eğitimi Spor Yüksek Okulu, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü öğretim üyesidir. Eğitim hukuku ve eğitim yönetimi alanında ders vermekte ve bu alanlarda araştırmalar yayınlamaktadır.

ÖRGÜTSEL ÇATIŞMALARIN YÖNETİMİNE YÖNELİK BİR ARAÇ OLARAK ARABULUCULUK

Fahrettin Korkmaz
fkorkmaz@atauni.edu.tr
Emre Kıyak
emre.kiyak@erdogan.edu.tr
Püren Akçay
purenakcay@halic.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmada örgütsel çatışmanın ortadan kaldırılması gereken olumsuz bir durum olmaktan çok, yönetilebilir bir süreç olarak nitelendirilmesine imkân tanıyan modern örgütsel çatışma yönetimi yaklaşımları dikkate alınarak, çatışma yönetim tarzlarının arasına arabuluculuk yönteminin dâhil edilmesinin ne ölçüde mümkün olacağına ortaya konması amaçlanmaktadır.

Yöntem: Bu çalışmada çatışma kavramına yönelik kuramsal temellere çerçevesinde, modern çatışma yaklaşımında yapılandırılmış bir örgütsel çatışma envanteri esas alınarak arabuluculuğun bir çatışma yönetim aracı olarak uygulanıp uygulanamayacağı sorusuna cevap aranırken, arabuluculuk yönteminin uyumsuzluk çözümünden ziyade bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılabilmesi için klasik hedeflerinden ayrılması gerektiğine vurgu yapılacak, devamında arabuluculuğun çatışma yönetim aracı olarak elverişli olabileceği alanlar ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bulgular: Arabuluculuğun problem çözücü yaklaşım ekseninde şekillenen klasik hedefleri, bu yöntemin bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılmak istenilmesi halinde yeterli olmayacaktır. Yani, bir çatışma yönetim aracı olarak arabuluculuk, ancak klasik hedeflerinden ayrıldığında verimli olabilecektir. Fakat bu durum problem çözücü arabuluculuk yaklaşımında benimsenen tekniklerin ve bu yaklaşımın hedeflerinin çatışma yönetim sürecinde tamamen göz ardı edilmesi gerekeceği anlamına gelmeyecektir. Bu noktada, çatışma yönetim aracı olarak etkinlik kazanan bir arabuluculuk sürecinin, doğrudan çatışmanın yönetilmesini ve onun fonksiyonel bir yapıya kavuşturulmasını hedeflemek yerine, diğer çatışma yönetim stillerinden hangisinin benimseneceği noktasında çatışma taraflarının isabetli bir tercihte bulunmalarını kolaylaştırma hedeflenebilir.

Özgünlük: Türkiye’de Arabuluculuğu örgütsel çatışmaların yönetimine yönelik bir araç bakış açısıyla inceleyen bir araştırmaya rastlanılmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Çatışma, Çatışma Yönetimi, Arabuluculuk

JEL Sınıflandırması: J10, K10, M10

MEDIATION AS A TOOL FOR ORGANIZATIONAL CONFLICT MANAGEMENT

Abstract

Purpose: In this study, it is aimed to reveal to what extent it will be possible to include the mediation method among the conflict management styles, taking into account the modern organizational conflict management approaches that allow organizational conflict to be characterized as a manageable process rather than a negative situation that should be eliminated.

Method: In this study, while seeking an answer to the question of whether mediation can be applied as a conflict management tool based on an organizational conflict inventory structured in the modern conflict approach, within the framework of the theoretical foundations for the concept of conflict, it will be emphasized that the mediation method should be separated from its classical goals in order to be used as a conflict management tool rather than a conflict resolution. Subsequently, the areas where mediation could be suitable as a conflict management tool were tried to be revealed.

Findings: The classical objectives of mediation, which are shaped around the problem-solving approach, will not be sufficient if this method is desired to be used as a conflict management tool. That is, mediation as a conflict management tool will only be effective when it departs from its classical goals. However, this does not mean that the techniques adopted in the problem-solving mediation approach and the objectives of this approach will have to be completely ignored in the conflict management process. At this point, instead of aiming directly at managing the conflict and making it functional, a mediation process, which has become effective as a conflict management tool, can be aimed at facilitating the right choice of the conflict parties at the point of which of the other conflict management styles to adopt.

Originality: No research has been found in Turkey that examines mediation from the point of view of a tool for the management of organizational conflicts

Keywords: Conflict, Conflict Management, Mediation.

JEL Classification: J10, K10, M10

GİRİŞ

Genellikle bir uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak ele alınan arabuluculuğun, uyuşmazlık ile çatışma kavramları arasındaki farka belirginlik kazandırıldığında, bir çatışma çözüm yöntemi olarak ele alınması da mümkündür. Hatta günümüzde genel olarak kabul edilen çatışma yönetimi anlayışında, söz konusu yöntemin çatışmalarını tamamen gidermek yerine örgütsel başarıyı destekleyecek düzeyde sürdürülebilir kılma noktasında bir araç olarak kullanılmasının mümkün olup olmayacağı da tartışmaya açılabilir. Bu çalışmada da çatışmanın mutlak anlamda giderilmesi gereken olumsuz bir durum olmaktan ziyade yönetilebilir bir süreç olarak nitelendirilmesine imkân tanıyan modern örgütsel çatışma yönetimi yaklaşımları da dikkate alınarak, çatışma yönetim tarzlarının arasına arabuluculuk yönteminin dâhil edilmesinin ne ölçüde mümkün olacağına cevap aranacaktır.

Biraz önce belirtilen amaç çerçevesinde çatışma kavramına yönelik kuramsal temellere değinildikten sonra, modern çatışma yaklaşımı ekseninde Rahim'in (Rahim, 2002: 216-222) Örgütsel Çatışma Envanteri-II'de (ROCI-II) esas alınan çatışma yönetim tarzları dikkate alınarak, arabuluculuğun bir çatışma yönetim aracı olarak uygulanıp uygulanamayacağı sorusuna cevap aranırken, arabuluculuk yönteminin uyuşmazlık çözümünden ziyade bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılabilmesi için klasik hedeflerinden ayrılması gerektiğine vurgu yapılacak, devamında arabuluculuğun çatışma yönetim aracı olarak elverişli olabileceği alanlar ortaya konmaya çalışılacaktır. Son olarak çatışma yönetim tarzı olarak arabuluculuğun çatışma yönetimi kriterlerini sağlama kabiliyetine değinilecek ve böyle bir yaklaşımda belirtilen yöntemin temel özelliklerinin neler olması gerektiği üzerinde durulacaktır.

İnsanın yaşadığı müddetçe karşılaşması her zaman ihtimal dahilinde olan bir olguyu ifade eden (Ivanov, 2019: 548) çatışma; sebepleri, türleri ve sonuçları bakımından yüzeysel bir araştırma alanı değildir (Alakavuklar vd., 2012: 64). Çatışmanın salt olumsuz bir olgu mu yoksa olumlu etkileri olabilecek bir süreç olarak mı ele alınması gerektiği; yönetilebilir yoksa ortadan kaldırılması gerekli bir durum olup olmadığı; süreç olarak ele alındığında nasıl yapılandırılması gerektiği gibi noktalarda farklı yaklaşımların varlığı, çatışma kavramının derin bir araştırma konusu olduğunun göstergeleridir.

ÖRGÜTSEL ÇATIŞMA KAVRAMI

Üzerinde fikir birliğine varılmış bir tanımlı olmayan çatışma kavramını ifade etmeye yönelik, yönetim ve organizasyon literatüründe farklı yaklaşımlar mevcuttur. Çatışmayı tanımlamak noktasında böyle bir çeşitliliğin bulunmasını, birçok çatışma türünün bulunmasına bağlamak da mümkündür (Genç, 2012: 280). Tüm bunları söylemekle birlikte, çatışma kavramına yönelik çeşitli tanımlardan (Folger vd., 2013: 4 vd.; Pondy, 1967: 298 vd.; Eren, 2013: 587; Genç, 2012: 280) yola çıkılarak, çatışmanın temel unsurlarının uyumsuzluk, anlaşmazlık, engelleme ve tercih problemleri olduğunun; çatışmanın hem zarar veren hem onaran yönlerinin bulunduğu öğretilere dile getirildiğini (Seval, 2006: 246) vurgulamakta yarar vardır.

Rahim'in (1985: 81-82) tanımına göre örgütsel çatışma, bireylerin ve grupların uyumsuzluk veya anlaşmazlık durumlarında ortaya çıkan bir etkileşim durumudur. İlişkisel ya da duygusal çatışma (*relationship conflict or affective conflict*), görev ya da bilişsel çatışma (*task or cognitive conflict*) ve süreç çatışması (*process conflict*) şeklinde üç formu olduğu dile getirilen (Haberal, 2014: 5-6; Pantelli ve Sockalingam, 2005: 603-604) örgütsel çatışma, tarihsel süreçte kuramsal açıdan, genel olarak, üç farklı yaklaşımla ele alınmıştır (Uysal, 2004: 5 vd.; Genç, 2012: 280-281; Haberal, 2014: 6-7). 1960 öncesinde, özellikle 1930-1940 yılları arasında etkinlik kazanan klasik (geleneksel) yaklaşım, çatışmayı zararlı ve mutlaka çözülmesi gereken olumsuz bir durum olarak değerlendiren görüşleri yansıtmaktadır. Yaklaşımın etkin olduğu yıllarda yapılan Hawthorne deneyleri (Mayo, 1933) çatışma sürecinin, kişiler arasında güvensizlik, yetersiz veya yanlış iletişim, çalışanların sorun ve ihtiyaçlarına yeterince ilgi gösterilmemesi gibi örgütsel açıdan işlevsel olmayan sonuçlara sebep olduğunu ortaya koymuştur (Uysal, 2004: 10; Saçkırk, 2019: 6). 1940'lı yıllardan başlayarak yirminci yüzyılın son çeyreğine girerken etkinlik kazanan Neo Klasik (davranışsal) yaklaşım ise, çatışmanın, tüm grup ve örgütlerde doğal ve kaçınılmaz olduğu varsayımından hareketle bunun yönetilebilir bir olgu olduğuna işaret eden görüşleri yansıtmıştır. Son olarak, modern (etkileşimci) yaklaşım ise, bütün çatışmaların yıkıcı olmadığı, belirli düzeydeki çatışmanın grubun performansını olumlu olarak etkilediğine yönelik görüşleri yansıtmakta ve davranışsal yaklaşımdan farklı olarak, son derece uyumlu, barışçıl ve işbirliğindeki bir grubun, değişime ve yeniliklere karşı duyarsız kalacağını (Özdemir, 2008: 75-76) öne sürerek gerektiğinde çatışmanın bilinçli olarak teşvik edilmesini savunmaktadır.

Çatışmayı, örgütteki uyumu bozan, çalışanların istenmeyen davranışlar sergilemelerine sebep olan, çalışanların tutum ve davranışlarında kutuplaşmaya sebep olarak gören geleneksel yaklaşım, çatışmayı ortadan kaldırmayı hedefleyerek çatışmanın çözümlenmesine odaklanmaktadır (Luthans, 1992: 297-304). Hemen bu noktada çatışmanın çözümlenmesi ile çatışmanın yönetilmesi kavramlarının birbirinden farklı olduğunu (Wilson ve Rosenfeld, 1990: 139-140; Rahim, 2002: 223-235) vurgulamakta yarar vardır. Çatışma yönetimi, işlevsel olmayan çatışmanın en aza indirilmesi için etkili stratejiler geliştirilmesi, örgütsel etkililik ve öğrenmenin oluşabilmesi için belirli düzeyde çatışma ortamı oluşturulmasını içermektedir (Rahim, 2000: 5; Rahim, 2002: 208). Tarihsel gelişim sürecinde de çatışmanın önlenebilen bir durum olarak görülmesi, örgütlerde kaçınılmaz bir gerçeği kabul edilmesi ve de örgüt için olumlu sonuçlar oluşturabilecek bir süreç olarak görülmesi şeklindeki yaklaşım değişikliğini gözlemlemek mümkündür (Tosı vd., 2000: 279; Kreitner ve Angelo, 2004: 485-489).

ÖRGÜTSEL ÇATIŞMA NEDENLERİ

Çatışma nedenlerine ilişkin literatürde çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır (Uysal, 2004: 19 vd.; Haberal, 2014: 15 vd.; Genç, 2012: 283 vd.). March ve Simon'un çatışma nedenlerine ilişkin yaptığı sınıflandırma, örgüt içi bağımlılıklardan kaynaklanan, amaçlarda ortaya çıkan farklılıklardan kaynaklanan ve algılama farklılıklarından kaynaklanan çatışma nedenleri şeklindedir (Eren, 2008:

554 vd.). Yapılan diğerk bir sınıflandırmada ise çatışma nedenlerinin, kişisel farklılık, örgütsel yapı, iletişim kaynaklı çatışma nedenleri başlıklarında ele alındığı görülmektedir (Şendur, 2006: 7-19). Çatışma nedenlerini genel olarak kişilerin kendi içinde, kişiler arasında ve organizasyondaki birimler arasında gerçekleşen çatışmalar olarak sınıflandıran Koçel (2011: 508, vd.), çatışma nedenlerini, görevler arasındaki fonksiyonel bağlılık, kaynakların paylaşılması, yönetimle ilgili belirsizlikler, iletişim noksanlıkları, yöneticilik tarzları arasındaki farklar, çıkar, statü, amaç, algılama ve kişilik farklılıkları, yeni koşulların getirdiği yeni ihtiyaçlar, işçi işveren kutuplaşmaları ve örgüt içi güç mücadelesi şeklinde alt boyutlara ayırmıştır.

Yukarıda belirtilen sınıflandırmalar incelendiğinde, aslında birçok türü olan çatışmaların yönetilmesi noktasında arabuluculuk yönteminin elverişli bir araç olarak gündeme gelmesinin ilk bakışta zor görüleceği yönünde bir değerlendirme yapılabilir. Zira ister bir çatışma çözüm yöntemi ister bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılsın, arabuluculuk, diğerk yöntemlere kıyaslandığında hatırı sayılır bir zaman dilimi gerektirebildiğini söylemek mümkündür. Bu durum, söz konusu yöntemin örgüt içi çatışmaların yönetimi ya da çözümü için kullanılmasının işlevselliğine ilişkin sorulara sebep olacaktır. Bunun yanında, hangi arabuluculuk modeli kullanılırsa kullanılsın, çatışma çözüm veya yönetim sürecine üçüncü bir kişinin (arabulucunun) dahil olması, (örgütsel çatışmanın çözümü/yönetimi açısından) arabuluculuğun tercih edilme ihtimalini düşürecek bir durum olarak karşımıza çıkabilir. Kanaatimizce bunun en önemli sebeplerinden biri, örgütsel çatışma taraflarından birinin genellikle hiyerarşik konum üstünlüğüne sahip olması ve çatışmayı bu hiyerarşik üstünlüğünün sağladığı avantajları koruyacak şekilde –farklı yönetim tarzlarını- kullanarak çözme arzusu olacaktır. Benzer şekilde arabuluculuğun bir uyuşmazlık çözüm yöntemi olması sebebiyle, taraflar arasındaki çatışmanın bir hak uyuşmazlığına dönüşmesi ihtimalinin yüksek olduğu durumlarda ön plana gelmesinin daha anlamlı olması da arabuluculuk yönteminin tercih edilme ihtimalini düşürecek bir diğerk sebep olarak gösterilebilir.

ÖRGÜTSEL ÇATIŞMA TÜRLERİ

Çatışmanın türleri belirlenirken çatışmaya taraf olanlar, çatışmanın ortaya çıkış şekli, çatışmanın örgüt içindeki yeri ve örgüt işleyişine etkisi gibi kıstasların kullanıldığını görmek mümkündür. Koçel'in (2011: 508) çalışmasında çatışma türleri, kişilerin iç çatışmaları, kişiler arası çatışmalar, kişiler ve gruplar arası doğan çatışmalar, gruplar içindeki çatışmalar ve örgütler arası çatışmalar olarak beş grupta incelenmiştir. Çatışma türlerini belirlemek adına daha ayrıntılı sınıflandırmalar da yapılmıştır. Çatışmaya taraf olanların sınıflandırıldığı çatışma türleri, içsel, kişiler arası, kişiler ve gruplar arası, gruplar arası ve örgütler arası çatışmalar; çatışmaların ortaya çıkışı dikkate alınarak yapılan sınıflandırmada çatışma türleri, potansiyel, algılanan, hissedilen ve açık çatışma; çatışmanın örgütteki konumuna göre çatışma türleri, dikey, yatay ve emir- komuta ve kurmay personel çatışmaları; çatışmanın örgüt işleyişine etkisine göre çatışma türleri, fonksiyonel çatışma ve fonksiyonel olmayan çatışma; rol çatışması çatışma türü ise rol göndericinin kendi içinde çatışması,

göndericiler arası rol çatışması, kişi- rol çatışması, roller arası çatışma ve rol belirsizliği şeklinde sınıflandırılmıştır (Şendur, 2006: 20-35). Bu araştırmanın amacı çerçevesinde üzerinde durulması gereken çatışma sınıflandırması, çatışmanın örgüt işleyişine etkisine göre yapılan sınıflandırma olup bu sınıflandırmaya göre çatışmalar, bireyi daha fazla çabaya ve işbirliğine yönlendirerek örgüt amaçlarını destekleyen ve örgütün performansını artıran ‘fonksiyonel çatışmalar’ ile temelde belirsizlik ile iletişimsizlik şeklinde adlandırılabilir iki olgudan kaynaklanan ve örgütün amaçlarına ulaşmasını engelleyen, verimliliğini azaltıp çalışma ortamındaki gerginliği artıran ‘fonksiyonel olmayan çatışmalar’ olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Şendur, 2006: 29-30; Özdemir, 2008: 73; Genç, 2012: 282; Uysal, 2004: 16).

Arabuluculuğun, fonksiyonel olmayan çatışmalarda bir çatışma çözüm¹ yöntemi olarak etkinlik kazanabileceğini söylemek mümkündür. Zira, fonksiyonel olmayan çatışmalar için, çatışmayı yönetmekten ziyade onu ortadan kaldırma/tasfiye etme amacının ön plana çıkması daha uygundur. Fakat bir çatışmanın sadece fonksiyonel olmaması, onun tasfiye edilmesi için doğrudan arabuluculuk gibi –üçüncü kişi- müdahalesini gerektiren bir çatışma çözüm yöntemine başvurulmasını gerekli kılmayacaktır. Bu noktada, somut duruma en elverişli aracın tercih edilmesi bakımından kapsamlı bir değerlendirme yapılması isabetli olacaktır. Tüm bunların dışında, arabuluculuk yönteminin fonksiyonel olmayan çatışmayı fonksiyonel çatışmaya dönüştürme amacına odaklanmasıyla, bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılması da mümkündür.

Çatışmanın örgüt içindeki yerine göre yapılan sınıflandırma incelendiğinde çatışmaların, örgütlerdeki değişik seviyelerden çıkan ve ödül ya da güç çekişmelerinden kaynaklanan dikey çatışmalar ile örgüt içindeki hiyerarşi bakımından aynı düzeyde bulunan bireyler arasındaki çatışmaları ifade eden yatay çatışmalar olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir (Şendur, 2006: 27-28). Hem dikey hem yatay çatışmalar için arabuluculuk, bir çözüm yöntemi olarak etkinlik kazanabilirken; söz konusu yöntemin bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılması noktasında aynı yönde değerlendirme yapmak kanımızca güçtür.

Son olarak, ortaya çıkış şekillerine göre yapılan çatışma ayırımına göre çatışmaların potansiyel, algılanan, hissedilen ve açık çatışma şeklinde dört kategoride incelendiğini (Uysal, 2004: 18-19) görmek de mümkündür. Bu sınıflandırmaya göre gerek bir çözüm yöntemi olarak gerek bir çatışma yönetim aracı olarak arabuluculuğun sadece açık çatışmalarda gündeme gelebileceğini belirtmek doğru olacaktır.

ÇATIŞMA YÖNETİMİ

Çatışma yönetimi, örgütsel öğrenme ve örgütsel etkililiğin geliştirilebilmesi amacıyla çatışmaların işlevsel olmayan sonuçlarının azaltılması ve işlevsel sonuçlarının artırılması için etkili stratejilerin

¹ Burada terminolojik olarak çatışma çözümünün, çatışma yönetiminin bir biçimi olarak nitelendirildiğini de belirtmekte yarar vardır.

geliştirilmesi ve uygulanmasını içerir (Rahim, 2000: 5). Çatışma yönetimi, çatışan tarafların ya da çatışma dışından bir tarafın karşılıklı etkileşime girerek çatışmayı belirlenen şekilde sonuçlandırabilme teşebbüsleri olarak tanımlanabilir (Karip, 2003: 43).

Çatışma kavramına ilişkin modern yaklaşım, örgütsel çatışmaları tamamen olumsuz bir olgu olarak kabul etmeyip bunların yönetilebilir bir süreç olarak ele alınabileceğini kabul etmektedir. Modern yaklaşıma göre bir çatışma ile karşılaşıldığında yapılması gereken, çatışmanın azaltılması ya da tamamen ortadan kaldırılması olmayıp onun yönetilmesidir (Rahim, 1985: 81-82; Rahim, 2001: 76; Folger ve Cropanzano, 1998: 134; Eren, 2008: 553-554). Günümüzde, çatışma yönetimi kavramının, çatışmanın çözümünü de kapsayacak bir üst başlık olarak kullanılması (Saçkırk, 2019: 30) kanımızca, bu anlayışın bir sonucu olarak gösterilebilir. Bir süreç olarak çatışma yönetimi, çatışmanın ve yoğunluğunun belirlenmesi, etkilerinin değerlendirilmesi ve uygun müdahale tekniklerinin geliştirilmesini ifade etmektedir (Saçkırk, 2019: 31). Bu noktada çatışmanın nasıl yönetileceği sorusuna verilecek cevabın, çatışmayı ortaya çıkaran nedenler ve çatışmanın türü ekseninde belirginlik kazanacağını vurgulamakta yarar vardır. Çatışmanın yönetilmesine yönelik geliştirilen yaklaşımların da tıpkı çatışmanın tanımlanması ve sınıflandırılmasında olduğu gibi zaman içinde bir gelişim gösterdiğini görmek mümkündür (Rahim, 2001: 36).

Çatışma Yönetimi Yaklaşımları

Örgüt içi çatışmaların nasıl yönetilebileceğine yönelik yöntemleri içeren yaklaşımlar tarihsel süreçte değişim göstermiştir. Günümüzde de çatışma yönetimine yönelik kullanılacak araçlardaki çeşitliliğini Rahim'in (2011: 36) "*Managing Conflict in Organizations*" adlı çalışmasında atıfta bulunduğu çalışmalardan görmek mümkündür. Söz konusu yaklaşımlar, Blake/Mouton (1964), Killmann/Thomas (1977), Thomas (1992), Rahim/Bonoma (1979) ve Rahim'in (1983) geliştirdiği çatışma yönetimi yaklaşımlarıdır (Alakavuklar vd., 2012: 67; Koçak ve Aktaş, 2019: 133-134). Bu yaklaşımlarda bir çatışmanın yönetiminde hangi yöntemlerin izleneceği noktasında çatışmanın türü, çatışmayı doğuran sebepler ve çatışmanın etkileri ile anlaşma ekseninde çözümlenebilme ihtimalinin bulunup bulunmaması gibi çeşitli unsurları göz önünde bulunduran sınıflandırmalara gidilmiştir (Eren, 2008: 563 vd.; Şendur, 2006: 44 vd.; Saçkırk, 2019: 34 vd.; Özdemir, 2008: 76 vd.). Çatışma yönetiminde belirli bir yöntem tercihinin yapılamamasında ise, çatışma yönetiminde durumsal yaklaşımın (*contingency approach*) gelişiminin etkilerini görmek mümkündür (Rahim, 2001: 85 vd., Gross ve Guerrero, 2000: 201 vd.).

Alan uzmanları, çatışma çözümüne yönelik çeşitli teknikler geliştirilmişlerdir. Çatışma çözümüne ilişkin teknikler ilk defa sistematik ve analitik olarak Blake, Shepard ve Mouton tarafından incelenmiştir (Blake vd., 1964: 10). Blake ve ark. (1964), çatışmanın çözümünde ve yönetilmesinde gösterilen çabanın aktif ya da pasif olmasına ve kullanılan tekniğin başarılı olmasına da şansa bağlılık derecesine göre değerlendirmektedirler. Keza araştırmacılar çözüm yolları önerirken aynı zamanda

çatışmanın niteliğine uygun bir yöntem olup olmadığı kriterini de göz önünde bulundurmuşlardır (Eren, 2013: 597).

Çatışma Yönetimi Tarzları

Blake, Shepard ve Mouton, çatışma çözüm yöntemlerini insana ve işe yönelik olma şeklinde iki boyuta dayalı örgütsel bir model tasarlamışlardır. Blake ve Mouton modelinde tanımlanan beş çatışma yönetimi tarzı, zorlama, kaçınma, yumuşatma, uzlaşma ve problem çözme olarak belirtilmiştir (Blake, 1964: 101).

Thomas, çatışma yönetimi modelini işbirliği ve çıkarıcılık olarak iki başlıkta sınıflandırmıştır. İşbirliği, bireyin kendisinin ve başkalarının isteklerini tatmin etme derecesini; çıkarıcılık ise, bireyin öncelikle kendi isteklerini karşılama veya kişisel amaçlarını gerçekleştirmeye eğilimli olma düzeyini ifade eder (Thomas ve Ruble, 1977: 148-155). İşbirliği, bireyler arasında oluşan çatışmalarda kazan-kazan yaklaşımını ve baskın bir şekilde işbirlikçi ve çıkarıcı davranışları içerir. İşbirliği stili, her iki tarafı da tatmin eder ve taraflar beraber çalışmak ve çıkarılarını gerçekleştirmek için çatışmaların özüne inerek gerçek nedenleri su yüzüne çıkarmaya çalışırlar (Thomas ve Ruble, 1977: 150).

Kaçınma stilinde bireyin, çıkarıcı davranışlarının olmamasına rağmen işbirliğine de yanaşmadığı görülmektedir. Bu stil, çekilme, ilgisizlik, kabullenme ve kadere boyun eğme ile ifade edilebilir (Szilagy ve Wallace, 1980: 367; Hellrieger ve Slocum, 1978: 441).

Rekabet stili, çıkarıcı ve işbirliğine yanaşmayan davranışlar içermektedir. Rekabet birey, kendi çıkarları doğrultusunda hareket eder ve kazan ya da kaybet anlayışını yansıtır. (Baksı, 1998: 8-33). Rekabetçi birey, kendi amaçlarını başkalarının amaçlarını düşünmeden gerçekleştirmek ister. Bu stil, içerdiği hükmetme ve güç öğeleri ile bir tarafın kazanıp diğer tarafın kaybetmesi gerektiğini düşünen bireyleri yansıtır (Thomas ve Ruble, 1977: 144).

Uyma stili, rekabetçi stilin aksine çıkarıcı olmayan ve işbirlikçi olan davranışları içerir. Bu stili kullanan taraf, karşı tarafa taviz vermeye hazırdır. Uyma stili bencil olmayan davranışları içerir, diğer bireylerle işbirliği sağlar ve onların isteklerine boyun eğmeyi gerektirir (Szilagy ve Wallace, 1980: 367; Mullins, 1989: 448).

Uzlaşma stili, işbirlikçi ve çıkarıcı davranışları içerir ve karşılıklı fedakarlık söz konusudur. Uzlaşma, tarafların güçleri orantılı ise etkili olabilecek bir yöntemdir. Uzlaşmacı birey, rekabetçi veya uyum sağlayan bireylerin arasında yer almaktadır. Bu stil, çatışmanın çözümünde çoğunlukla kabul edilen bir yöntemdir (Thomas ve Ruble, 1977: 146).

Günümüzde en yaygın olarak kullanılan çatışma yönetimi modellerden birisi, Rahim'in (Rahim, 1983: 192-195) çatışma yönetim modelidir. Rahim çatışmalar ve çatışma yönetim tarzlarını kendi çıkarını düşünme ve başkalarının çıkarını düşünme boyutlarını çeşitli şekillerde bütünleştirerek sınıflandırmıştır. Bu çalışmada da Rahim'in geliştirdiği çatışma yönetimi tarzları temel alınarak şekillendirilmiştir. Rahim'in geliştirmiş olduğu Örgütsel Çatışma Envanteri – II'de (ROCI-II),

çatışma yönetim tarzları, tümleştirme, ödün verme, hükmetme, kaçınma ve uzlaşma olarak ele alınmıştır. Rahim'in öğretide sıklıkla atıfta bulunulan yaklaşımında yer alan çatışma yönetimi tarzları, bazı çalışmalarda "çatışmalara geçici çözümler bulma" başlığı altında incelenmiştir (Şendur, 2006: 46 vd.; Özdemir, 2008: 76 vd.).

Tümleştirme yöntemi, çatışma tarafının, hem kendine hem diğerlerine olan ilgi düzeyinin yüksek olduğu alanda, tek tarafın yalnız başına sorunu çözmekte yetersiz kaldığı, farklı fikirlerin bir araya gelmesinin daha isabetli çözümlere ulaşma ihtimalini arttırdığı ve bunun için yeterli zamanın olduğu kompleks nitelikteki çatışmalarda etkinlik kazanmaya elverişli bir yöntemken (Saçkırk, 2019: 37; Gross ve Guerrero, 2000: 203), basit sorunlarda, hızlı kararlara ihtiyaç duyulan durumlarda, diğer tarafların sonuçla ilgilenmediği ya da problem çözme yeteneklerinin yeterli düzeyde olmadığı ihtimallerde işlerlik kazanmaya elverişli bir yöntem değildir (Rahim, 2001: 81-82). Bu yöntemle taraflar, çatışma ile doğrudan yüzleşmekte ve hem kendi ihtiyaçlarına hem de diğer tarafın ihtiyaçlarına odaklanarak sorunlara yeni ve etkili çözümler bulmaya çalışmaktadır (Gross ve Guerrero, 2000: 205).

Ödün verme yöntemi, taraflardan birinin çatışma konularına yakın olmadığı veya diğer tarafın haklı olduğu, çatışma konularının kendisi için daha önemli olduğu durumlarda kullanılmaya daha elverişli bir yöntem olup taraflardan birinin ödün vererek, ihtiyaç duyulduğunda diğer taraftan bazı menfaatler elde etmeyi umduğu ihtimallerde işlerlik kazanabilmektedir. Yine bu yöntem, taraflardan birinin zayıf bir pozisyondan müzakereye giriştiği ya da diğer tarafla ilişkilerinin korunmasının önemine inandığı durumlarda kullanılmaya uygun olup tarafın, kendini haklı gördüğü ya da diğer tarafı haksız veya etik dışı gördüğü durumlarda kullanılmaya uygun değildir (Rahim, 2001: 83). Ödün verme tarzını benimseyen bireyler, diğer kişilerin ihtiyaçlarını kendi menfaatlerinin üstünde tutarlar (Gross ve Guerrero, 2000: 207).

Hükmetme yöntemi, çatışmada ele alınan meselelerin taraf için önemli olduğu veya diğer tarafça alınacak uygun olmayan bir kararın, bu taraf için zedeleyici etkilerinin olabileceği ihtimallerde uygun hale gelebilecek bir yöntem olup yöneticiler tarafından, özellikle rutin meselelerde ya da hızlı kararlara ihtiyaç duyulan durumlarda benimsenen bir yaklaşım olmaktadır; bir yönetici, iddialı ya da teknik kararlar vermek noktasında yeterli tecrübesi bulunmayan aslarıyla işlemlerinde bu yöntemi benimseyebilir; tarafların eşit güce sahip olduğu durumlarda bu yöntemin benimsenmesi, çatışma sürecini çıkmaza sürükleyebilir; bunun gibi, kompleks ve iyi bir karar vermek için yeterli zamanın bulunduğu durumlarda da böyle bir yöntemin kullanılması isabetli olmayacaktır (Rahim, 2001: 83).

Kaçınma yöntemi, diğer tarafla yüzleşmenin potansiyel işlevsiz etkisi, çatışmanın çözümünün faydalarından daha ağır bastığında kullanılabilir. Bu, bazı önemsiz veya küçük sorunlarla başa çıkmak için veya karmaşık bir sorunun etkili bir şekilde ele alınmasından önce bir soğutma süresi gerektiğinde kullanılabilir. Sorunların taraflardan biri için önemli olduğu durumlarda ve tarafların karar vermekten sorumlu olduğu, tarafların beklemek istemediği veya derhal harekete geçilmesi

gerektiğinde de uygun değildir (Rahim, 2001: 83). Gross ve Guerro, yaptıkları araştırmada kaçınma tarzının genel olarak etkisiz ve yanlış bir tarz olarak algılandığını ortaya koymuştur (Yürür, 2009: 26).

Açıkça kazananın ve kaybedenin olmadığı uzlaşma yöntemi, çatışma taraflarının ulaşmak istediği hedeflerin karşılıklı olarak önemli olduğu veya her iki tarafında eşit düzeyde güce sahip olduğu ve müzakere sürecinde çıkmaza girdikleri durumlarda kullanılmaya elverişli bir yöntem iken (Yürür, 2009: 26); problem-çözücü yaklaşımın gerekli olduğu kompleks sorunların çözümünde; taraflar arasında güç dengesizliğinin bulunduğu veya taraflardan birinin kendini haklı pozisyonda görmesi ya da değerler çatışması ile ilgili konularda elverişli değildir. Buna mukabil, söz konusu yöntem uzun süreli çatışmaların önlenmesi noktasında da tercih edilebilecek bir yöntem olabilecektir (Rahim, 2001: 83-84).

Bir Çatışma Yönetim Aracı Olarak Arabuluculuk

Daha önce de ifade edildiği üzere aslında çatışma yönetimi kavramı, çatışmanın çözümünü de içeren üst bir kavram olarak kullanılmaktadır. Diğer çatışma türlerinde olduğu gibi örgütsel çatışmalar için de arabuluculuk, çatışmayı gidermek, onu ortadan kaldırmak (tasfiye etmek) için etkinlik kazanabilecek müzakere temelli alternatif bir yöntemdir. Buna mukabil, söz konusu örgütsel bir çatışmanın yönetilmesi, diğer deyişle çatışmanın örgütün amaçsal boyutlarını destekleyecek düzeyde bırakılması (fonksiyonel bir yapıya kavuşturulması) olduğunda, arabuluculuk yönteminin elverişli bir çatışma yönetim aracı olup olmayacağını daha detaylı bir şekilde irdelemek gerekecektir. Bu doğrultuda bir çatışma yönetim aracının diğer çatışma yönetim araçlarıyla kıyaslandığında elverişli bir tercih olarak etkinlik kazanmasını bazı kriterlere (Rahim, 2001: 84 vd) bağlamak mümkündür:

Belirli bir amaca yönelen aracı/yöntemi isabetli tercih konumuna sokan temel unsurlar; kullanıldığı koşullar ekseninde sonuç üretmek noktasında makul bir süratle sahip olması, ekonomik anlamda verimli olması ve (diğer araçlara kıyasla) negatif dışsallıkları en aza indirgenmiş olmasıdır. Çatışma yönetimi bağlamında da tercih edilecek aracın/yöntemin (mevcut koşullar altında, diğer alternatiflere kıyasla) hızlı sonuca ulaşmaya yetecek kapasiteye sahip olması, örgüt kaynaklarının gereksiz kullanımına/tüketimine yol açmaması, çatışmanın kendisinden veya yönetimi sürecinden kaynaklanabilecek negatif etkilerin ortaya çıkmasını önleyebilecek bir yapıya sahip olması, bu aracı/yöntemi isabetli bir tercih haline getirecektir. Bu noktada, çatışma yönetimi için kullanılacak araç(lar)ın/yöntem(ler)in seçiminde, somut koşullara göre bir değerlendirme yapılması gerektiğini; diğer deyişle, bu hususta –genel geçer- bir kaidenin oluşturulmasının oldukça güç olacağını (Rahim, 2001: 122-123) hatırlatmakta yarar vardır.

Söz konusu örgütsel çatışmalarda arabuluculuğun yönetim aracı olarak kullanılması olduğunda, arabuluculuğun isabetli bir tercih olarak etkinlik kazanabilmesi için yukarıda belirtilen (veya benzeri) kriterleri karşılamanın yanı sıra, arabuluculuk sürecinin de çatışma yönetim hedeflerine ulaşmaya

elverişli şekilde modellenmesi gerekecektir. Bu ise, (özellikle problem çözücü yaklaşım ekseninde şekillenmiş) arabuluculuğun klasik hedef(ler)inden ayrılmasını gündeme getirecektir.

Arabuluculuğun Çatışma Çözümüne Yönelen Klasik Hedefinden Ayrılması

Bir uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak arabuluculuğun –klasik anlamda- temel hedefi, diğer uyuşmazlık çözüm yöntemlerinde, olduğu gibi öncelikle taraflar arasındaki uyuşmazlığın (ve müzakere temelli informal bir süreç olmasının getirdiği karakterle bu uyuşmazlığın taraflar nezdinde doğurabileceği olumsuz psikolojik ve sosyolojik etkilerinin) giderilmesi/ortadan kaldırılmasıdır. Arabuluculuğun bir uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak doğası gereği sahip olduğu bu hedef, arabuluculuğa yönelik getirilen klasik yaklaşımlarda daha belirgindir. Örgütsel çatışmalar için de arabuluculuk yönteminin bir çatışma çözüm aracı olarak kullanılması mümkündür. Nitekim çatışma çözümü literatürünün önemli bir kısmı bu konuya odaklanmaktadır (Rahim, 2001: 75-76). Buna mukabil, çatışma ve uyuşmazlık kavramları arasındaki farklara belirginlik kazandırıp çatışmayı, güncel çatışma yönetimi yaklaşımları doğrultusunda salt bir olumsuz durum/süreç olarak değerlendirmeyerek, yönetilebilecek ve örgütsel başarıyı destekleyebilecek düzeyde bırakılabilecek bir olgu olarak ele almak; arabuluculuğun da çatışma çözümü yerine çatışmanın yönetilmesine odaklanan bir araç olarak kullanılabilmesi için, klasik hedef(ler)inden ayrılmasını gündeme getirecektir. Bu ise, ister istemez arabuluculuk sürecine ilişkisel bir boyuttan bakılmasını daha ön plana taşıyacaktır. Şu hâlde, mevzu bahis çatışma yönetimi için arabuluculuk yönteminin kullanılması olduğunda, ön plana çıkan arabuluculuk yaklaşımının çatışmayı ilişkisel boyuttan ele alarak çatışma dönüşümüne odaklanan dönüştürücü arabuluculuk yaklaşımı (Baruch-Bush ve Folger, 2005) olabileceğini söylemek –ilk bakışta- mümkün görülebilecektir. Zira bu yaklaşımda arabuluculuk süreci, arabulucunun, çatışma içindeki taraflara negatif ve yıkıcı çatışma etkileşimlerini pozitif ve yapıcı bir çatışma etkileşim sürecine dönüştürmelerine yardımcı olabileceği (Kıyak, 2018: 118) şekilde modellenmektedir. Yine bu yaklaşımda, problem çözücü arabuluculuk yaklaşımının hedefleri süreç dışında itilmektedir. Tüm bunları söylemekle beraber, dönüştürücü arabuluculuğun bir çatışma dönüşümünü hedef alması ve bu hedefin başarıyı sonrasında aslında taraflar arasında, ilişkisel boyuttan bakıldığında bir çatışmanın kalmaması, söz konusu arabuluculuk yaklaşımının –tüm özellikleriyle birlikte- doğrudan bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılabileceği noktasında bizi çekimser kalmaya yöneltmektedir.

Yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde, çatışma yönetim aracı olarak kullanılacak bir arabuluculuk yaklaşımının, çatışma yönetiminin temel felsefesine hizmet edebilecek bir şekilde modellenmesi gerekeceğini belirtmek gerekir. Böyle bir modelleme yapmadan önce ise, arabuluculuğun, çatışma yönetimi alanında etkinlik kazanabileceği çatışma türlerinin –öncelikli olarak- temel bir düzlemde ele alınmasında yarar vardır.

Arabuluculuğun Çatışma Yönetim Aracı Olarak Elverişli Olabileceği Alanlar

Arabuluculuk yönteminin, bir çatışma yönetim aracı olarak etkinlik kazanabileceği çatışma türünün bazı özelliklere sahip olması gerekecektir. Öncelikle, bu çatışma açık çatışma boyutunda olmalıdır – ki, yönetimi için üçüncü kişinin (arabulucunun) müdahalesinin gündeme gelebilmesini anlamlı kılabilsin.

İkinci olarak, fikrimizce dikey çatışmaların çözümü değil, fakat yönetimi söz konusu olduğunda, arabuluculuğun tercih edilebilecek bir yöntem olacağını söylemek oldukça güçtür. Zira bu tür çatışmaların yönetiminde, hem hiyerarşik ilişki yapısının kendine has özellikleri hem de daha hızlı sonuca ulaşma gibi faktörler dikkate alındığında, (üçüncü kişi müdahalesini gerektirmeyen) diğer çatışma yönetim araçlarının kullanılması daha isabetli bir tercih olabilecektir.

Üçüncü olarak, bir çözüm yöntemi olarak kullanılmasında olduğu gibi bir yönetim aracı olarak kullanılması halinde de arabuluculuk, fonksiyonel olmayan çatışmalara odaklanacaktır. Elbette, kompleks yapıdaki çatışmalarda, arabuluculuk gibi hatırı sayılır bir zaman dilimine katlanmayı gerektiren bir yöntemin kullanılması anlamlı olacaktır. Son olarak, arabuluculuk, müzakere üzerine kurulu bir yöntem olduğundan, çatışma yönetim aracı olarak tercih edildiğinde de çatışma tarafların –her ikisinin de- müzakere teknikleri konusunda belirli bir düzeyde bilgi ve tecrübeye sahip olması gerekeceği açıktır.

Çatışma Yönetimi için Arabuluculuk Sürecinde Taraflar

İster klasik yaklaşımlarda ister modern yaklaşımlarda arabuluculuk sürecinden verim elde edebilmek için, tarafların –kabul edilebilir bir seviyede- müzakere yeteneklerine ve bilgisine sahip olması gerektiği kuşkusuzdur. Gerçekten, etkili müzakere tekniklerinin kullanılması noktasında yeterli bir bilgi ve tecrübeye sahip olduklarında, taraflar, arabuluculuk sürecinde gereksiz tartışmalardan kaçınabilecek ve bu, süreç için harcanan zamandan tasarruf edilmesine imkân tanıyacaktır. Bunun yanında, etkili müzakere tekniklerinin kullanılmasının, süreç sonunda tarafların olumlu kazanımlara kavuşmalarını destekleyeceği de göz ardı edilmemelidir. Tüm bunlar, arabuluculuğun çatışma yönetim aracı olarak kullanılması durumunda da tarafların, belirli bir düzeyde müzakere tekniklerine sahip olmasının önemini ortaya koymaktadır.

Arabuluculuğun çatışma yönetim aracı olarak kullanılabilmesi için taraflar arasında kabul edilebilir düzeyde bir güç dengesinin bulunması gerekeceği açıktır. Daha önce de ifade edildiği üzere, taraflardan birinin hiyerarşik olarak üst konumda yer aldığı dikey çatışmalarda, birçok faktör, çatışma yönetim aracı olarak daha farklı araçların kullanılmasını anlamlı hale getireceğinden, arabuluculuk böyle durumlarda gündeme gelmesi ihtimal dahilinde olan bir yöntem teşkil etmeyebilecektir. Buna mukabil, arabuluculuğun bir çatışma çözüm yöntemi olarak kullanılması halinde, taraflar arasındaki güç dengesizliği bu ölçüde bir tesire sahip olmayacaktır. Çünkü, çözümleme yaklaşımında çatışma her iki taraf için de giderilmesi istenen olumsuz bir durum anlamına bürünmektedir. Buna mukabil,

fikrimizce, çatışmayı belirli bir düzeyde tutabilmek üzere onu yönetmek, çatışma tarafların çatışmayı (fonksiyonel düzeyde) sürdürebilecekleri bir güç dengesine sahip olmalarını da gerektirecektir.

Çatışma Yönetimi için Tercih Edilecek Arabuluculuk Yönteminin Temel Özellikleri

Örgütsel bir çatışmanın yönetimi için arabuluculuk yönteminin tercih edilmesi halinde bu yöntemin hangi özellikleri taşıması gerektiğine yönelik bir cevap vermeden önce, arabuluculuğun söz konusu fonksiyonu üstlendiğinde amacının ne olacağının somutlaştırılması gerekmektedir. Eğer arabuluculuk bir çatışmayı çözmek/gidermek için kullanılsaydı, amacı da (adı üzerinde) çatışmayı çözüme kavuşturmak, gidermek olurdu. Yine böyle bir ihtimalde problem çözücü yaklaşım ve bu yaklaşımda kullanılan müzakere stilleri ister istemez arabuluculuk sürecinde etkisini gösterirdi. Bunun dışında arabuluculuk sürecinin odak noktası da çatışma konuları, yani çatışmanın kendisi olurdu. Her ne kadar taraflar arasındaki ilişkinin korunması arabuluculuğun hedefleri arasında yer alabilirse de bu hedef çatışmanın kendisini ortadan kaldırmak kadar ön planda olmayabilirdi². Buna mukabil, arabuluculuk bir çatışma yönetim aracı olarak kullanıldığında, amaçlanan şey çatışmayı belli bir düzeyde tutmak, onu örgütün başarımı için fonksiyonel hale getirmek olacağından, arabuluculuk sürecinin odak noktası da ister istemez çatışma konularından biraz uzaklaşarak taraflar arasındaki ilişkilerin fonksiyonel hale getirilmesine doğru kayacaktır. Kısaca, bu ihtimalde arabuluculuk sürecinde taraflar arasındaki etkileşim ilişkisel boyuttan ele alınarak, bu ilişki çatışmayı fonksiyonel hale getirmek üzere kurgulanmaya çalışılacaktır.

Arabuluculuk bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılmak istenildiğinde, yukarıda belirtilenden çok daha farklı bir fonksiyon da üstlenebilir. Gerçekten, arabuluculuk süreci, tarafların diğer çatışma yönetim stillerinden (tümleştirme, kaçınma, hükmetme, uzlaşma, ödün verme) hangisini benimsemeleri gerektiğine ilişkin daha isabetli bir tercihte bulunabilmelerine destek olacak şekilde de kurgulanabilir. Böyle bir ihtimalde, arabulucunun süreçteki temel fonksiyonu da, tarafların isabetli bir çatışma yönetim stilini benimseyebilmelerini destekleyecek bir müzakere ortamının oluşmasına katkı sağlamak yönünde şekillenecektir. Şu halde, böyle bir süreçte arabuluculuk rolünü üstlenen kişi(ler)in, gerek çatışma konusu sorunlar gerek örgütün temel işleyişi ve yöneldiği hedefler noktasında hatırı sayılır düzeyde bir farkındalığa sahip olması gerekecektir. Bu ise, (en azından birçok ihtimalde) ister istemez arabulucu olarak görev yapacak kişinin, organizasyon içinde yer almasını gerekli kılacaktır³.

² Elbette bu noktada, çatışmanın çözümü için taraflar arasındaki ilişkinin korunması ve kuvvetlendirilmesinin nasıl bir etkiye sahip olacağını da göz önünde bulundurmamak gerekir.

³ Tam bu noktada tartışmaya açılması gereken bir başka mesele, örgütsel çatışmaların yönetilmesinde arabuluculuk yöntemi tercih edildiğinde, arabuluculuk görevi üstlenecek yöneticilerin/personellerin (resmi anlamda) arabulucu sıfatına haiz olmasının gerekip gerekmediğidir. Fikrimizce, her ne kadar 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarına Arabuluculuk Kanunu (HUAK) düzenlemeleri gereğince arabuluculuk sıfatını kullanabilme imkânı sadece sicile kayıtlı arabuluculara hasredilmiş (HUAK m. 2/1(a)) olsa da bu, arabuluculuk adı altında yürütülecek sürecin HUAK korumasına haiz olabilmesi açısından önem arz edecektir. Yani, HUAK'taki düzenlemelere tabi olmayan bir arabuluculuk sürecinin yürütülmesine engel yoktur. Kısaca özetlemek gerekirse, örgütsel çatışmalar açısından –arbuluculuk sıfatına sahip olmayan- bir insan kaynakları müdürü,

Arabuluculuğun Çatışma Yönetimi Kriterlerini Sağlama Kabiliyeti

Arabuluculuk yönteminin, örgütsel çatışmalar için bir çatışma yönetim tarzı olarak gündeme gelip gelemeyeceği sorusunun, diğer çatışma yönetim tarzlarında olduğu gibi, uygun olabileceği koşulların yanı sıra, bir çatışma yönetim tarzının sağlaması gerektiği kriterler boyutundan (Rahim, 2001: 84) da ele alınması gerekir.

Çatışma yönetimi stratejileri, ilk olarak örgütsel öğrenmeyi ve uzun vadeli örgütsel etkililiği artırmaya yönelik tasarlanmalıdır (Rahim, Garrett ve Buntzman, 1992; Rahim:2001, 84). Bunun için de, eleştirel ve yenilikçi düşünme yollarını geliştirecek çatışma yönetimi stratejileri oluşturulmalıdır (Mitroff, 1998). Çatışma yönetimi olgusu, çatışmaların sosyal yanının ve şekli yapılarının, verimliliği arttıran bir açıdan değerlendirilmesi anlamını taşır (Akat ve Budak, 2002: 406). Buna göre sosyal yapı verimliliği, kurum içinde çalışanların birbirleriyle olan informal ve formal ilişkilerini; biçimsel yapı verimliliği ise örgütsel yapıyı ifade etmektedir. Örgüt içi çatışma yönetimi yöntemlerinin kurumun hem sosyal yapısını hem de örgütsel yapısını destekleyecek nitelikte olması gerekmektedir. Arabuluculuk, müzakere temelli bir yöntem olması ve kazan-kazan ekseninde şekillenen çözüm skalası sunabilmesi sebebiyle bu kriteri sağlamaya elverişlidir. Örgüte zarar vermeden en makul sürede çatışma sürecinin yönetilmesi ise çatışmanın her iki tarafı için de önemli bir husustur. Çatışma yönetiminin uzman kişiler tarafından yürütülmesi durumunda çatışma yönetimi ya da çözümü altında yapılacak yanlış uygulamaları ve dolayısıyla zaman kaybını önleyecektir. Bu bağlamda, arabuluculuk yönteminin bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılması noktasında, arabuluculuk sürecinde benimsenen modelin zaman tasarrufunu destekleyecek nitelikte olması gerekeceğini söylemek mümkündür. Ancak hangi model seçilirse seçilsin hem arabulucunun hem tarafların müzakere teknikleri konusunda yeterli düzeyde bir bilgiye önceden sahip olmasının, sürecin hızlı bir şekilde sonuçlandırılmasına olan katkısını da göz ardı etmemek gerekir.

Çatışma yönetimi stratejilerinin taşınması gereken ikinci kriter, kurumun paydaşlarının ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak ve aralarında bir denge sağlayacak şekilde tasarlanmaları gerekliliğidir (Rahim, 2001: 84). Çatışma yönetim tarzlarının belirlenmesindeki kriterlere ilişkin bu bilgiler ışığında arabuluculuk yönteminin kurum içi uyuşmazlıklarda kullanılabilmesi için kurumun örgütsel yapısının da göz önünde bulundurulması gerektiği görülmektedir. Kurumun hiyerarşik örgütlenmesi ve bu örgütlenmenin çatışma yönetim yöntemlerinin kullanılmasına elverişliliği, örgüt yapısındaki esneklik ve örgütün merkeziyetçilik derecesi, yetki devri ve yönetim tarzı gibi unsurların çatışma yönetim tarzları ile uyum düzeyleri bu konuda dikkat edilecek hususlar arasındadır. Özellikle hiyerarşik düzenin ön plana çıktığı örgütsel yapılarda, arabuluculuk gibi tarafları eşit konumda tutan

ışveren vekili arabulucu olarak süreci yönetebilecektir. Ancak gerek sürecin yürütülmesi aşamasında gerek süreç sonunda varılan mutabakatın hukuki niteliği noktasında HUAK'ın sunduğu imkânlardan yararlanılamayacaktır. Buna mukabil, arabuluculuk yönteminin çatışma çözüm aracı olarak kullanıldığı ihtimallerde öncelikli amaç, çatışmanın ileride bir hak uyuşmazlığına evrilmesini önlemek olacağından, bu gibi durumlarda taraflar arasında süreç sonunda varılan mutabakatın hukuki bağlayıcılık değeri ön plana çıkabileceği için, arabulucunun da HUAK'ın arabulucular için aradığı vasıflara sahip olması gerekecektir.

müzakere temelli bir yöntemin, çatışma sürecinin yönetilmesinde tarafların hiyerarşik pozisyonlarını koruyan diğer çatışma yönetim araçları karşısında tercih edilme olasılığının düşük olabileceğini göz ardı etmemek gerekir. Bir çatışma yönetim aracı olarak arabuluculuğun tercih edilmesi durumunda, yürütülen süreçte tüm tarafların çıkarlarının göz önünde bulundurulması gerekeceği açık olmakla birlikte, çatışma taraflarının konularının/pozisyonlarının ne ölçüde dikkate alınacağı çatışmanın türü ve içeriğine göre karar verilecek bir mesele olacaktır. Kurum içi çatışmaların birçok durumda karmaşık bir yapıya bürünecek olması, çatışma yönetimi süreci boyunca tek bir tercihe bağlı kalınmasında zorluklara yol açabilecektir. Bu ise, bir çatışma yönetim aracı olarak arabuluculuğun tercih edilmesi ihtimalinde, arabuluculuk sürecinin farklı arabuluculuk yaklaşımlarının uygulanmasını destekleyebilecek bir yapıda modellenmesi gerekeceğini gündeme getirmektedir. Daha somut bir ifadeyle, çatışma çözüm yöntemi olarak kullanılmasından farklı olarak, arabuluculuk, bir çatışma yönetim aracı olarak kullanıldığında süreç içinde gerçekleştirilecek toplantıların bir kısmında dönüştürücü arabuluculuk gibi modern yaklaşımlarda benimsenen arabulucu tekniklerinin kullanılması gerekirken bazı toplantılarda ise problem çözücü arabuluculuk yaklaşımında benimsenen tekniklerin kullanılması gerekebilecektir. Kısaca, farklı arabuluculuk yaklaşımları aynı arabuluculuk sürecinde (birbirleriyle uyumlaştırılarak) kullanılacaktır.

Üçüncü ve son olarak çatışma yönetimi stratejilerinin (bu bağlamda çatışma yönetimine odaklanan arabuluculuk sürecinin) etik koşullar altında geliştirilmiş olması kriterinden bahsetmek gerekmektedir. Yöneticiler etik bir yönetim sergilemeli, yeni fikirlere açık olmalı ve sabit fikirli olmamalıdır. Aynı şekilde, kurumdaki her çalışan kararların sonuçlarına ilişkin fikirlerini rahatça ileri sürebilmelidir. Çatışmaları etik olarak yönetmek için kurum paydaşlarının örgüt içindeki pozisyonlarını kurumsallaştırmak gerekmektedir (Rahim, 2001: 84). Çalışanlar arasında kendiliğinden oluşan informal yapı, örgüte yarar sağladığı gibi bazı zorluklara da sebep olabilmektedir. Bu noktada çalışanlar arasındaki informal ilişkilerden kaynaklanan çatışmaların diğer çalışanlara ve çalışma ortamına etki edip etmediğinin yanı sıra örgütün amaçlarına ulaşmasına engel olup olmadığının özel olarak görevlendirilmiş tarafsız kişi ve kurullarca belirlenmesi gerekmektedir. Aynı kişi ve kurullar, uygun çatışma yönetimi yöntemleri vasıtasıyla çatışma sürecini yönetecektir.

SONUÇ

Genellikle alternatif bir uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak ele alınan arabuluculuk, yönetim ve organizasyon literatüründe, örgütsel çatışmaların çözümü için kullanılan bir araç olarak da ele alınmaktadır. Ancak, günümüz çatışma yönetimi anlayışında örgütsel çatışmaların olumsuz ve tamamen giderilmesi gereken bir durumdan ziyade yönetilebilir bir olgu olarak ele alınması ve hatta fonksiyonel hale getirilen çatışmaların belirli bir düzeyde tutulmasının örgütün yöneldiği hedeflerin gerçekleştirilmesine katkıda bulunabileceği anlayışı, arabuluculuk yönteminin bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılmasının da mümkün olup olmadığı sorusunu gündeme getirmektedir.

Kişi ve kişi gruplarının içindeki ve/veya arasındaki uyumsuzluk ve anlaşmazlık şeklinde kendini gösteren bir etkileşim olarak tanımlanabilen örgütsel çatışmaya yönelik, tarihsel süreçte çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Klasik (geleneksel) yaklaşım, çatışmayı zararları ve mutlaka çözülmesi gereken olumsuz bir durum olarak değerlendirirken, neo klasik (davranışsal) yaklaşım, çatışmanın tüm kişi grupları ve organizasyonlarda olağan ve kaçınılmaz olduğu varsayımından hareket ederek bunun yönetilebilir bir olgu olduğuna dikkat çekmiştir. Modern (etkileşimci) yaklaşım ise, bütün çatışmaların yıkıcı olmadığı, belirli düzeydeki çatışmaların örgütün performansını olumlu etkilediğine ilişkin görüşleri yansıtmakta ve davranışsal yaklaşımdan farklı olarak, çatışmalardan tamamen arındırılmış bir örgütsel yapının değişime ve yeniliklere karşı duyarsız kalacağını ileri sürmektedir. Çatışmaların çözülmesi gerektiğinden onların yönetilmesi gerektiğine yönelik bu yaklaşım değişikliğinin, örgütsel yapılarda katı yönetim anlayışından esnek ve etkileşimci yönetim anlayışına geçişin bir simgesi olduğu kanaatindeyiz. Zira, örgütsel çatışmaların tamamen giderilmesine yönelik bir anlayışta hiyerarşik düzenin sıkı bir şekilde korunmasının gerekeceği; buna mukabil çatışmaların yönetilmesini etkin kılan bir anlayışta ise belirli durum ve koşullarda örgütsel yapıyı meydana getiren kişi ve gruplar arasında rekabet ve güç dengesinin desteklenmesinin gerekeceği açıktır.

Örgütsel çatışmanın nedenlerinin oldukça geniş bir skalaya yayılması ve bu nedenlerin sınıflandırılmasında farklı kriterlerin geliştirilebilmesinin yanı sıra, aynı çeşitliliğin örgütsel çatışmanın kendisinde de olması, arabuluculuğun hangi örgütsel çatışma sebepleri ve türleri açısından bir çatışma yönetim aracı olarak etkinlik kazanabileceği sorusuna genel geçer bir cevap verilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Esasında, bu belirsizlik, diğer çatışma yönetim tarzlarının tercihi noktasında da mevcut olup en net ifadeyle, herhangi bir çatışma yönetimin tercihinde somut koşulların kendine has özelliklerinin iyi analiz edilerek dikkate alınması gerekecektir. Bu bağlamda, arabuluculuğun bir çatışma yönetim aracı olarak çatışma türlerinin hemen hepsinde etkinlik kazanabileceğini söylemek de oldukça zordur. Kanaatimizce, arabuluculuk, açık çatışma boyutuna varan çatışmalarda etkinlik kazanmaya elverişli olmakla birlikte, dikey çatışmaların yönetilmesinde bu yöntemin uygulanması birçok durumda (arabuluculuk sürecinin hatırı sayılır bir zaman dilimi gerektirmesi sebebiyle) çok isabetli olmayacaktır. Yine, kompleks olmayan çatışmalar ile fonksiyonel çatışmalar için arabuluculuğun bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılmasına birçok ihtimalde gerek olmayacaktır. En nihayetinde çatışma veya uyuşmazlık çözüm yöntemi olarak kullanıldığında olduğu gibi, çatışma yönetim aracı olarak kullanıldığında da arabuluculuk sürecinden verim alabilmek için, çatışma taraflarının yeterli düzeyde müzakere yeteneklerine ve bilgisine sahip olması gerekeceğini belirtmek gerekir.

Arabuluculuğun problem çözücü yaklaşım ekseninde şekillenen klasik hedefleri, bu yöntemin bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılmak istenilmesi halinde yeterli olmayacaktır. Yani, bir çatışma yönetim aracı olarak arabuluculuk, ancak klasik hedeflerinden ayrıldığında verimli bir araç teşkil edecektir. Fakat bu ayrılış problem çözücü arabuluculuk yaklaşımında benimsenen tekniklerin ve bu

yaklaşımın hedeflerinin çatışma yönetim sürecinde tamamen göz ardı edilmesi gerekeceği anlamına gelmeyecektir. Bu noktada, çatışma yönetim aracı olarak etkinlik kazanan bir arabuluculuk sürecinin, doğrudan çatışmanın yönetilmesini ve onun fonksiyonel bir yapıya kavuşturulmasını hedeflemek yerine, diğer çatışma yönetim stillerinden hangisinin benimseneceği noktasında çatışma taraflarının isabetli bir tercihte bulunmalarını kolaylaştırmayı da hedefleyebilir.

Herhangi bir çatışma yönetim tarzının, çatışma yönetim kriterlerini sağlayabilme kabiliyetinde olması gerekir. Bir çatışma yönetim yöntemi, en temelde hem çalışanlar arasındaki hem de çalışanlar ile örgüt tüzel kişiliği arasında oluşan çatışmaların yönetimine elverişli olmalıdır. Bu bağlamda, tercih edilen yöntem, kurumun hem sosyal hem örgütsel yapısını destekleyebilmelidir. Arabuluculuk, müzakere temelli bir yöntem olması ve kazan-kazan ekseninde şekillenen çözüm skalası sunabilmesi sebebiyle bu kriteri sağlamaya elverişlidir. Vurgulamak gerekir ki, arabuluculuğun çatışma yönetim kriterlerini sağlaması noktasında kurumun örgütsel yapısının da ayrıca göz önünde bulundurulması gerekecektir. Özellikle hiyerarşik düzenin ön plana çıktığı örgütsel yapılarda, arabuluculuk gibi tarafları eşit konumda tutan bir yöntemin, çatışma sürecinin yönetilmesinde tarafların hiyerarşik pozisyonlarını koruyan diğer çatışma yönetim araçları karşısında tercih edilme olasılığı düşük olabilecektir. Kurum içi çatışmaların birçok durumda karmaşık görüntü sergileyebilmesi, çatışma yönetimi sürecinde tarafların konumlarının ne ölçüde ön plana getirileceği noktasında genel geçer bir kural konulamaması, bir çatışma yönetim aracı olarak kullanılması durumunda arabuluculuk sürecinin farklı arabuluculuk yaklaşımlarında benimsenen tekniklerin aynı süreçte kullanılmasına imkân sunan tarzda modellenmesi gerekeceğini gündeme getirebilecektir. Bu ise, çatışma çözümü hallerinden farklı olarak, çatışma yönetimi sürecinde arabuluculuğun heterojen bir sürece sahip olmasını beraberinde getirebilecektir.

KAYNAKÇA

- Wu, C. M. & Chen, T.J. (2018). Collective psychological capital: Linking shared leadership, organizational commitment, and creativity. *International Journal of Hospitality Management*, (74),75-84. doi: 10.1016/j.ijhm.2018.02.003
- Akat, İ., Budak, G. (2002). *İşletme yönetimi*. İzmir: Fakülteler Kitapevi.
- Alakavuklar, O.N., Çakar, U., ve Arbak, Y. (2012). Development process of conflict management studies in organizational behavior. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 13(2), 63-92.
- Baksı, H. (1998). *Örgütlerde çatışma ve yönetimi: Bir seyahat acentasındaki yöneticilerin, çatışma yollarının, içinde buldukları durumla uygunluğunun tespit edilmesi ve yönetime bir öneri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Baruch-Bush, R.A. & Folger, J.P. (2005). *The promise of mediation: The transformative approach to conflict*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Blake, R. R., Shepard, H. A., & Mouton, J. S. (1964). *Managing intergroup conflict industry*. Houston: Golf Publishing.
- Eren, E. (2013). *Yönetim ve organizasyon: Çağdaş ve küresel yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Eren, E. (2008). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Folger, J. P., Poole, M. S., & Stutman, R. K. (2013). *Çatışma yönetimi: İlişkiler, gruplar ve kuruluşlar için stratejiler*. (Çev. Ed. Füsün Akkoyun). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Folger, R., & Cropanzano, R. (1998). *Organizational Justice and Human Resource Management*. California: Sage.
- Genç, N. (2012). *Yönetim ve organizasyon: Çağdaş sistemler ve yaklaşımlar*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Gross, M. A., & Guerrero, L. K. (2000). Managing Conflict Appropriately and Effectively: An Application of the Competence Model to Rahim's Organizational Conflict Styles, *The International Journal of Conflict Management*, 11(3), 200-226.
- Haberal, G. (2014). *Örgütsel çatışma nedenleri, örgütsel çatışma yönetimi ve örgütsel güven arasındaki ilişki*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Hellrigger, D., & Slocum J. W. (1978). *Contingency approaches*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing.
- Ivanov, I. (2019). Adapted conflict resolution model in business organizations, *Trakia Journal of Sciences*, 17(1), 548-554.
- Karip, E. (2003). *Çatışma yönetimi*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Kıyak, E. (2018). *Dönüştürücü arabuluculuk–problem çözücü arabuluculuk ile uyumlaştırılması*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Koçak, Z. K., ve Aktaş, M. A. (2019). Çatışma ve çatışma yönetimi kavramlarına güncel bir bakış, *Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 130-137.
- Koçel, T. (2011). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınları.

- Kreitner, R., & Angelo, K. (2004). *Organizational behavior*. New York: Mcgraw Hill.
- Mayo, E. (1933). *The human problems of an industrial civilization*. New York: The Macmillan Company.
- Luthans, F. (2010). *Organizational behaviour: An evidence-based approach*. USA: McGraw-Hill,
- Mitroff, I. I. (1988). Crisis management: Cutting through the confusion, *Sloan Management Review*, 29(2), 15-20.
- Mullins, L.J. (1990). *Management and organizational behaviour*. London: Pitman Publishing.
- Özdemir, M. (2008). *Kurum içi çatışmaların yönetilmesi ve eğitim kurumlarında çatışma yönetiminin iş tatminine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Pantelli, N., & Sockalingam, S. (2005). Trust and conflict within virtual inter-organizational alliances: A framework for facilitating knowledge sharing, *Decision Support Systems*, 39(4), 599-617.
- Pondy, L. R. (1967). Organizational conflict: Concepts and models, *Administrative Science Quarterly*, 12(2), 296-320.
- Rahim, M. A. (2002). Toward a theory of managing organizational conflict, *The International Journal Of Conflict Management*, 13(3), 206-235.
- Rahim, M. A. (2001). *Managing conflict in organizations*. Connecticut: Quorum Books.
- Rahim, M.A., Magner, N.R., & Shapiro, D.L. (2000). Do justice perceptions influence styles of handling conflict with supervisors?: What justice perceptions, precisely? *The International Journal of Conflict Management*, 11(1), 9-31.
- Rahim, M. A. (1985). A strategy for managing conflict in complex organizations, *Human Relations*, 38(1), 81-89.
- Rahim, M. A. (1983). Measurement of organizational conflict, *The Journal of General Psychology*, 109(2), 189-199.
- Rahim, M. A., Garrett, J. E., & Buntzman, G. F. (1992). Ethics of managing interpersonal conflict in organizations, *J Bus Ethics* 11, 423-432. <https://doi.org/10.1007/BF00870554>
- Saçkırk, T. (2019). *Çatışma yönetimi ve bireysel değerler arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli.
- Seval, H. (2006). Çatışmanın etkileri ve yönetimi, *Manisa CBÜSBD*, 8(15), 245-254.
- Szilagy, A. D., & Wallace, M. J. (1980). *Organizational behavior and performance*. California: Goodyear Publishing.
- Şendur, F. E. (2006). *Örgütsel çatışma ve çatışma yönetimi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Mersin Üniversitesi/Sosyal Bilimler enstitüsü, Mersin.
- Thomas, K. W., & Ruble, T. L., (1977). Support a two-dimensional model of conflict behavior. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, 143-155.
- Tosı, H.L., Neal, P.M. & John. R. R. (2000). *Managing organizational behavior*. US: Blackwell Publishing.
- Uysal, İ. (2004). *Örgütsel çatışma yönetimi ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'na yönelik bir uygulama*. Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara: TCMB.

Yürür, S. (2009). Yöneticilerin çatışma yönetim tarzları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin analizine yönelik bir araştırma, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1),23-42.

Wilson, D. C., & Rosenfeld, R. H. (1990). *Organizational behavior management*. London & Newyork: McGraw Hill.