

İGÜ
Sosyal Bilimler
Dergisi
IGU JOURNAL of
SOCIAL SCIENCES

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ISTANBUL GELİSİM UNIVERSITY
JOURNAL of SOCIAL SCIENCES

CİLT / VOLUME: 10 SAYI / ISSUE: 1

ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

NİSAN / APRIL 2023

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ (İGÜSD)
ULUSLARARASI HAKEMLİ DERGİ

ISTANBUL GELİSİM UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (IGUJSS)
INTERNATIONAL PEER-REVIEWED JOURNAL

CİLT/VOL. 10 • SAYI/ISSUE 1 • NİSAN/APRIL 2023 • ISSN: 2148-4287 & E-ISSN: 2148-7189

İstanbul Gelişim Üniversitesi Adına Sahibi / Owner on Behalf of Istanbul Gelisim University
Prof. Dr. Bahri ŞAHİN

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Burhanettin Aykut ARIKAN
Prof. Dr. Kenan AYDIN
Prof. Dr. Tevfik ERDEM
Prof. Dr. Ayten ERDOĞAN
Prof. Dr. Şükran Güzin ILICAK AYDINALP
Prof. Dr. Kamil KAYA
Doç. Dr. Serdar EGELİ

Editör / Editor

Doç. Dr. Serdar EGELİ

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Doç. Dr. Onur ÖZDEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe GÜR TÜRKDOĞAN
Dr. Öğr. Üyesi Turgay KARALINÇ
Dr. Öğr. Üyesi Fikriye Gözde MOCAN
Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Halil YAŞAR

Yazı İşleri Kurulu / Publication Board

Arş. Gör. Ercan Tuğay AKI - Uzm. Ahmet Şenol ARMAĞAN - Arş. Gör. Niger HACI –
Arş. Gör. Ahmet Mecid VERGÜL - Küt. ve Dok. İşleri Memuru Şükran DÖNMEZ –
Küt. ve Dok. İşleri Memuru Melike ŞAFAK



İSTANBUL
GELİŞİM
ÜNİVERSİTESİ

Tasarım / Design

Tansu KISACIK
Gönül AKBULUT



İSTANBUL
GELİSİM
UNIVERSITY

Yazışma ve Haberleşme Adresi /
Correspondence and Communication
İstanbul Gelişim Üniversitesi - Cihangir Mah. Şehit
Jandarma Komando Er Hakan Öner Sok.
No: 1 34310 Avcılar / İstanbul / TÜRKİYE
Tel. / Phone: +90 212 4227000
Dahili / Ext.: 7280, 350
Belgeç / Fax: +90 212 4227401
E-posta / E-mail: igusbd@gelisim.edu.tr
Ağ Sayfası / Web Site: <http://dergi.gelisim.edu.tr>
Twitter: @IGUSBD

Baskı ve Cilt / Printing and Binding:

Servet İşler
Sertifika No. 40352
+90 212 5939467
islercopy@hotmail.com

İstanbul Gelişim Üniversitesi yayımı olan Sosyal Bilimler Dergisi, yılda iki kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Makalelerdeki düşünce, görüş, varsayım, sav veya tezler eser sahiplerine aittir; İstanbul Gelişim Üniversitesi sorumlu tutulamaz. /

The Journal of Social Sciences is an international peer-reviewed journal and published biannually. The opinions, thoughts, postulations or proposals within the articles are but reflections of the authors and do not, in any way, represent those of the Istanbul Gelisim University.

© İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları

© Istanbul Gelisim University Press

Sertifika No / Certificate Number: 47416

Her hakkı saklıdır. All rights reserved.

**“İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi”
İndekslenme ve Harmanlanma Bilgileri:**

*“IGU Journal of Social Sciences”
is Indexed and Harvested in:*



Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr.

Gulay AKGUN YILMAZ - Marmara Uni. / TÜRKİYE
Ahmet AKSOY - Ankara Hacı Bayram Veli Uni. / TÜRKİYE
Nuray ALTUG - Marmara Uni. / TÜRKİYE
Umut AVCI - Mugla Uni. / TÜRKİYE
Muhammed Ali AZERCHAB - Tehran Uni. / IRAN
Nedim BAHCEKAPILI - Islamic Uni. of Europe / NETHERLANDS
Aydın BASBUG - Istanbul Sabahattin Zaim Uni. / TÜRKİYE
Mesut Hakkı CASIN - Istinye Uni. / TÜRKİYE
Hamza CESTEPE - Zonguldak Bülent Ecevit Uni. / TÜRKİYE
Ertan EGRIBEL - Istanbul Uni. / TÜRKİYE
Tevfik ERDEM - Ankara Hacı Bayram Veli Uni. / TÜRKİYE
Seyfettin ERDOĞAN - Istanbul Medeniyet Uni. / TÜRKİYE
Neşe Hatice ERİM - Istanbul Medeniyet Uni. / TÜRKİYE
Fawaz GERGES - London School of Economics / UK
Sabahattin GULLULU - İstanbul Maltepe Uni. / TÜRKİYE
Esra HATİPOĞLU - Nisantasi Uni. / TÜRKİYE
Ragıp Kutay KARACA - Istanbul Aydın Uni. / TÜRKİYE
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Erciyes Uni. / TÜRKİYE
Neşe KARS TAYANC - Istanbul Uni. / TÜRKİYE
Ronald C. KEITH - Griffith Uni. / AUSTRALIA
Ulvi KESER - Girne American Uni. / T.R.N.C.
Ismail KIZILIRMAK - Istanbul Uni. / TÜRKİYE
Derman KUCUKALTAN - Istanbul Arel Uni. / TÜRKİYE
Wang LI - Jilin Uni. / CHINA
Nurcan METİN - Trakya Uni. / TÜRKİYE
Robert C. MYRTLE - Uni. of Southern California-USA
Masanori NAITO - Doshisha Uni. / JAPAN
Fevzi Rifat ORTAÇ - KTO Karatay Uni. / TÜRKİYE
Tlemcani Ben OUCEF - University of Algiers / ALGERIA
Nail OZTAS - Istanbul Nisantasi Univ. / TÜRKİYE
Yüksel OZTURK - Gazi Uni. / TÜRKİYE
Elbeyi PELİT - Afyon Kocatepe Uni. / TÜRKİYE
Torsten J. SELCK - Oldenburg Uni. / GERMANY
Udo STEINBACH - HUMBOLDT-VIADRINA G.P. / GERMANY
Hayri ULGEN - Istanbul Uni. / TÜRKİYE
Kurban UNLUONEN - Gazi Uni. / TÜRKİYE
Sadi UZUNOĞLU - Trakya Uni. / TÜRKİYE
Hasan VERGİL - Istanbul Uni. / TÜRKİYE
Brantly WOMACK - Virginia Uni. / USA
Kürşat YALCINER - Istanbul Gelisim Uni. / TÜRKİYE
Binnur YESİLYAPRAK - Ankara Uni. / TÜRKİYE
Ahmet YILMAZ - Marmara Uni. / TÜRKİYE

Doç. Dr. /

Assoc.

Prof. Dr.

Mahabat BAIMYRZAEVA - Middlebury Inst. of Int. St. / USA
Kyu-Nahm JUN - Wayne State Uni. / USA

Dr. / PhD

Mehmet ALTINOZ - Hacettepe Uni. / TÜRKİYE
Thomas BRYER - University of Central Florida / USA
Giovanni ERCOLANI - Muncia Uni. / SPAIN
Syed HASANAT - Jilin University / CHINA
Ash Narain ROY - Social Science Institute of New Delhi. / INDIA

Bu Sayının Hakemleri / Reviewers for This Issue

(Prof. Dr.)

Ömer ALKAN – Ataturk Univ. / TR
Burhanettin Aykut ARIKAN - Türk Alman Univ. / TR
Barış AŞIKGİL - Mimar Sinan Güzel Sanatlar Univ. / TR
TariK ÇAKAR - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Fatih ECER - Afyon Kocatepe Univ. / TR
Ayten ERDOĞAN - Istanbul Gelisim Univ. / TR

RuHet GENÇ - Türk Alman Univ. / TR
Ulaş Başar GEZGİN - Duy Tan Univ. / VIETNAM
İzzet GÜMÜŞ - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Erguvan Tuğba ÖZEL KIZIL - Ankara Univ. / TR
Özden Şükran ÜNERİ - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Harun TANRIVERMİŞ - Ankara Univ. / TR

(Doç. Dr. / Assoc. Prof. Dr.)

Serkan ALTUNTAŞ – Yıldız Technical Univ. / TR
Abdulkadir ATIK - Atatürk Univ. / TR
Uğur BALOĞLU - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Hakan CAVLAK - Tekirdağ Namık Kemal Univ. / TR
Şahin ÇETİNKAYA – Uşak Univ. / TR
Esmâ Nur ÇİNİCİOĞLU – Istanbul Univ. / TR
Bülent DEMİR - İstanbul Kent Univ. / TR
Murat DOĞAN - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Aysegül Selcen GÜLER – Beykent Univ. / TR

Celal GÜLŞEN - Beykent Univ. / TR
Özgür KIZILDEMİR - Sakarya Uyg. Bilimler Univ. / TR
Hamza KANDEMİR - Isparta Uyg. Bilimler Univ. / TR
Gökhan KERSE – Kafkas Univ. / TR
Hatice Gül ÖNDER - Ankara H. Bayram Veli Univ. / TR
Aşlı ÖZPOLAT - Gaziantep Univ. / TR
Mustafa ULUÇAKAR - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Metin UYAR - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Müberra YURDAKUL - Kütahya Dumlupınar Univ. /

(Dr. Öğr. Üyesi / Asst. Prof. Dr.)

Fuzuli ALİYEY - ADA Univ. / AZERBAIJAN
Cem Ufuk BAYTAR - Istanbul Topkapı Univ. / TR
Dursun BOZ - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Güfte CANER AKIN - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Aşlı ÇALIŞ BOYACI - Ondokuz Mayıs Univ. / TR
Gönenç DALGIÇ TURHAN – Independent Res. / TR
İlkay ERARSLAN – Beykent Univ. / TR
Şeyma Esin ERBEN - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Ertan GÜNDÜZ - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Fahimeh H. HENDVARI – Istanbul Aydın Univ. / TR
Engin KARAKIŞ - Sivas Cumhuriyet Univ. / TR
Turgay KARALINÇ - Istanbul Gelisim Univ. / TR

Fatih KAYHAN - Kırklareli Univ. / TR
Melda KEÇECİ - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Nezahat KOÇYİĞİT - Necmettin Erbakan Univ. / TR
Remziye KÖSE ÖZELÇİ - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Süleyman Sezgin MERCAN – Baskent Univ. / TR
Altuğ OCAK - Beykent Univ. / TR
Hüseyin ÖCAL - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Orhan ÖZAYDIN - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Murat Adil SALEPÇİOĞLU - İstanbul Aydın Univ. / TR
Canan TİFTİK - Istanbul Gelisim Univ. / TR
Abdullah Çetin YİĞİT - Istanbul Gelisim Univ. / TR

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ARAŞTIRMA MAKALELERİ / ORIGINAL RESEARCH ARTICLES

- 1-15 Şule GAYRETLİ
İş İstihdamı Uygulama Modelinin Motivasyon ve Çalışma Performansı Üzerine Etkisinin İncelenmesi / Investigation of the Effect of Employment Practice Model on Motivation and Work Performance
- 16-32 Kenan ÖZDEN, Atakan TAHSİN
Line Balancing Based on Error Rate Estimation with Artificial Neural Networks in Assembly Line Operations / Montaj Hattı Sistemleri İşlemlerinde Yapay Sinir Ağları ile Hata Tahminine Dayalı Hat Dengelemesi
- 33-72 Durmuş Fatih AYGÜN, Erdinç ALTAY
Borsa İstanbul'da Takvim Anomalilerinin Varlığının Zaman İçindeki Gelişiminin Analizi / Analysing the Evolvement of the Presence of Calendar Anomalies in Borsa Istanbul Over Time
- 73-92 Namıka BOYACIOĞLU, Arife ÖZDEMİR HÖL, Nazlıgül GÜLCAN
Pay Senedi, Emtia, Döviz ve Dijital Para Piyasaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği / Investigation of the Relationship Between Stock, Commodity, Foreign Exchange and Digital Money Markets
- 93-112 İsmail DÖNMEZ
Newspapers in Science Communication: A Content Analysis on Science and Technology News / Bilim İletişiminde Gazeteler: Bilim ve Teknoloji Haberleri Üzerine Bir İçerik Analizi
- 113-127 Aslı DİYADİN LENDER
Covid-19 Salgınının Konut Tercihleri Üzerindeki Etkisi: İzmir İli Örneği / The Effect of Covid-19 Pandemic on Real Estate Preferences: The Case of Izmir
- 128-143 Şenol DEMİRCİ, Duygu İÇEN
Karar Ağaçları ve Bayes Ağları ile OECD Ülkelerindeki İntiharların Değerlendirilmesi / Evaluation of Suicides in OECD Countries with Decision Trees and Bayesian Networks

- 144-171 Sinem EYİCE BAŞEV
Yeni Dünya Düzeninde Geleneksel Pazarlama ve Online (Dijital) Pazarlamanın Karşılaştırması: Z Kuşağı Etkisi / Comparison of Traditional Marketing and Online (Digital) Marketing in the New World Order: The Generation Z Effect
- 172-188 Bora COŞAR
Kararsız Özdeşleşmenin Bilişsel Esnekliğe Etkisinde Örgütsel Sinerjinin Aracı Rolü / The Mediating Role of Organizational Synergy in the Effect of Ambivalent Identification on Cognitive Flexibility
- 189-213 Saniye YILDIRIM ÖZMUTLU
Çevresel Yeteneklerin Kurumsal Çevre Stratejisi ve Pazar Performansı Üzerindeki Etkileri: Doğal Kaynak Temelli Görüş / Impact of Environmental Capabilities on Corporate Environmental Strategy and Market Performance: Natural Resource Based View
- 214-233 Yüksel YILMAZ, Aslı ALBAYRAK
Restoran Çalışanlarının Vegan ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Ölçülmesi / Measuring Knowledge and Attitudes of Restaurant Staff About Vegan Vegetarian Nutrition
- 234-245 Sevda KUŞKAYA
Yenilenebilir Enerji ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Kantil Regresyon ile Modellenmesi: ABD Örneği / Modeling the Relationship between Renewable Energy and Economic Growth with Quantile Regression: Case of the USA
- 246-261 Nuran VARIŞLI, Münevver BAYAR
Akademisyenlerde İş Tatmini ve Örgütsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi / Investigation of the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Creativity in Academicians
- 262-275 Ceren AYDEMİR, Hande ENDİRLİK
The Effect of Job Engagement on Person-Organization Fit: A Research in Banking Sector / İşe Adanmışlığın Kişi-Örgüt Uyumu Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma
- 276-290 Çağatay KARAKÖY, Nisa ER ÇAKMAKTEPE, Alptekin ULUTAŞ
Eski S.S.C.B. Ülkelerinin Ekonomik Özgürlük Endekslerinin SD ve CoCoSo Yöntemleri ile Analizi / Analysis of Economic Freedom Indexes of the Former USSR Countries with SD and CoCoSo Methods

- 291-311 Faruk ÇAKMAK
İşveren Markası Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma / The Effect of Employer Brand Perception on Organizational Commitment: A Research in the Service Industry
- 312-327 Ayşegül ÇAY, Mehmet SARIİŞİK
COVID-19 Salgınının Restoran İşletmeleri Üzerine Etkisi: Sapanca Örneği / The Effect of the COVID-19 Pandemic on Restaurant Businesses: Sample of Sapanca
- 328-343 Hale Nur GÜLER
Sağlık Kurumlarına Yönelik Şikayetlerin Analizi / Analysis of Complaints Regarding Health Institutions
- 344-358 Ali ERYILMAZ, Hacer YILDIRIM KURTULUŞ, Gülgün UZUN
Üniversite Öğrencilerinde Kişilik Özellikleri ile Depresyon, Stres, Anksiyete Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi / Evaluation of the Relationship Between Personality Characteristics and Depression, Stress, Anxiety Levels in University Students
- 359-371 Alev ÜSTÜNDAĞ
COVID-19 Pandemi Sürecinde Annelerin Çocuklarıyla İlişkisi ve Ev Kazalarına Yönelik Tedbir Düzeyleri / During COVID-19 Pandemic Process the Relationship of Mothers with Their Children and Prevention Levels for Home Accidents
- 372-386 Reyhan ÖZER, Melis Seray ÖZDEN YILDIRIM
Ergenlik Döneminde Algılanan Ebeveyn Kabul Reddi, Duygu Dışavurum ve Psikolojik Sağlamlık Arasındaki İlişki / The Relationship between Perceived Parental Acceptance Rejection, Emotional Expression and Psychological Resilience in Adolescents
- 387-412 Eda KALFA, Cengiz DİNÇ
İskoç ve Katalan Bağımsızlık Hareketlerinin Tarihsel Kökenleri ve Güncel Bir Karşılaştırması / Historical Origins and A Current Comparison of the Scottish and Catalan Independence Movements
- 412-430 Ceren YEGEN, Servet Can DÖNMEZ
Tarih ve Kolektif Bellek Aktarımında Sanal Gerçeklik: "War Remains" Örneği / Virtual Reality in History and Collective Memory Transfer: The Case of "War Remains"

431-446

Fatma Gül GEDİKKAYA

Karşılaştırmalı Aile Politikaları: Türkiye ve Almanya / Comparative Family Policies: Turkey and Germany

DERLEME MAKALE / REVIEW ARTICLE

447-465

Eda Merve KURTULUŞ, Fatma Sıla AYAN

Dijital Flörtleşme: Post-Dijital Sorunlara Post-Dijital Çözümler / Digital Flirting: Post-Digital Solutions to Post-Digital Problems

KİTAP İNCELEMELERİ / BOOK REVIEWS

466-469

Ertuğrul GÖKÇEKUYU

WHAT is CONSTRUCTIVISM ACCORDING to FREDERICH KRATOCHWIL? / FREDERICH KRATOCHWIL'E GÖRE SOSYAL İNŞACILIK NEDİR?

470-473

Mehmet DEĞİRMENCİ

TOPLUMSAL EKOLOJİNİN FELSEFESİ BAŞLIKLİ KİTABA ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM / A CRITICAL APPROACH to the BOOK TITLED the PHILOSOPHY of SOCIAL ECOLOGY

İGÜSBD

Cilt 10, Sayı 1, Nisan 2023 ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

Makale İstatistikleri

IGUJSS

Vol. 10, Issue 1, April 2023 ISSN: 2148-4287 e-ISSN: 2148-7189

Article Statistics

Bu Sayının Makaleleri

Articles of This Issue 25

Düzeltilme Alan Makaleler

Corrected Articles 25

Reddedilen Makaleler

Rejected Articles 8

Kabul Edilen Makaleler

Accepted Articles 0

Süreci Devam Eden Makaleler

Articles in Process 81

Dergimize gönderilen makalelerin tümü intihal tespit aracıyla incelenmektedir.

All articles submitted to our journal are analyzed by plagiarism detection tools.

İş İstihdamı Uygulama Modelinin Motivasyon ve Çalışma Performansı Üzerine Etkisinin İncelenmesi*

Şule GAYRETLİ**

Öz

Bu çalışmanın amacı, işletmelerde engelli bireylerin istihdam yoluyla motivasyonlarının sağlanması için bir uygulama modelinin geliştirilmesi ve işverenlerin engelli bireylerin motivasyonu ve iş performansı üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın örnekleme, 15 deney ve 15 kontrol grubunda olan 30 engelli birey ve 30 işveren bireyden oluşmaktadır. Sosyodemografik bilgiler kişisel bilgi formuyla edinilmiş, katılımcıların iş motivasyonu ve memnuniyetleri Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği ve İş Performansı Ölçeği ile ölçülmüştür. Çalışmada grupların ön ve son testlerin farklılığını tespit etmek için Mann-Whitney U Testi, gruplar arasındaki ön test ve son test farklılıklarını tespit etmek için Wilcoxon İşaretili Sıralama Testi kullanılmıştır. İşletmelerde engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulamasının işveren ve engelli bireylerin motivasyon düzeyleri, kontrol grubuna göre olumlu olduğu ve işletmelerde engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulamasının işveren engelli bireylerin çalışma performans düzeyleri, kontrol grubuna göre olumlu yönde olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca istihdam sahibi işverenlerin de İş Motivasyonu ve memnuniyet puanları yüksek çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş İstihdamı, İşveren, Engelli Birey, İş Motivasyonu, İş Memnuniyeti

Investigation of the Effect of Employment Practice Model on Motivation and Work Performance

Abstract

This study aims to develop an application model for the employment and motivation of disabled individuals in enterprises and to examine the effectiveness of the model's ethics on the motivation and job performance of employers with disabilities. The research sample consists of 30 disabled individuals and 30 employers in the 15 experimental and 15 control groups. Sociodemographic information was obtained with a personal information form, and the work motivation and satisfaction of the participants were measured with the Multidimensional Job Motivation Scale and the Job Performance Scale. In the study, Mann-Whitney U Test was used to determine the differences between the groups in the pre-test and post-test, and the Wilcoxon Signed Ranking Test was used to determine the pre-test and post-test differences between the groups. It was concluded



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 26.11.2022

Kabul/Accepted: 16.01.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.1210361>

* Bu çalışma, "İşletmelerde iş istihdamı uygulama modelinin işveren ve engelli bireylerin motivasyonu ve çalışma performansı üzerine etkisinin değerlendirilmesi" başlıklı doktora tez çalışması esnasında elde edilen veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

** Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye. E-posta: sulegayretli@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-1385-2539>

that the employment application applied to the disabled individuals in the enterprises was positive compared to the motivation levels of the employers and the disabled individuals, compared to the control group, and the employee performance levels of the disabled individuals, the employers, were positive compared to the control group. In addition, job motivation and satisfaction scores of employers with employment were also high.

Keywords: Employment, Employer, Disabled Person, Job Motivation, Job Satisfaction

Giriş

Günümüzde iş yaşamı ve ekonomik gelişmeler insanların refahı ve işleriyle ilişkileri üzerinde ciddi etkilere sahip olmaya başlamıştır. Yapay zekanın, otomasyon ve robotik teknolojinin yeni işler yaratacağına ve diğerlerini yok edeceğine dair öngörüler gün geçtikçe artmaktadır (Freyn ve Osborne, 2017, s.254). Bu bağlamda, piyasadan dışlanma riski altında olan bazı savunmasız gruplar bulunmaktadır. Bu gruplardan biri, Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nde belirttiği gibi engelli çalışanlar olmaktadır. Eksik istihdam veya engelliler için daha az kariyer başarısına yol açan faktörlere de odaklanmaktadır. Kariyer, bir veya daha fazla kuruluştaki farklı deneyimleri ve işleri kapsayan bir çalışan gelişim süreci olarak tanımlanmaktadır (Baruch ve Rosenstein, 1992, s.477). Bununla birlikte, gerçekte başarılı kariyerlere sahip olanlar engelliler olmaktadır (Noonan, Gallor, Hensler-McGinnis, Fassinger, Wang, Goodman, 2004, s.69). Fiziksel engellilik, büyük bir yaşam aktivitesini sınırlayan, ancak kazançlı istihdama izin veren bir bozukluk olmaktadır (Ren, Paetzold ve Colella, 2008, s.192). Engellilik kavramı; toplumsal ve bireysel bir sonucu olan kavram olarak literatürdeki yerini almıştır. Sanayi devrimi ile birlikte engellilik kavramı sosyal yaşamda daha sık kullanılmaya başlanmış ve doğuştan gelen engellilik dışındaki iş kazalarının neden olduğu sakatlık oranlarında artış yaşanmıştır. Fiziksel engellilik, büyük bir yaşam aktivitesini sınırlayan, ancak kazançlı istihdama izin veren bir bozukluk olmaktadır (Ren, Paetzold ve Colella, 2008, s.192). Engellilik kavramı; toplumsal ve bireysel bir sonucu olan kavram olarak literatürdeki yerini almıştır. Sanayi devrimi ile birlikte engellilik kavramı sosyal yaşamda daha sık kullanılmaya başlanmış ve doğuştan gelen engellilik dışındaki iş kazalarının neden olduğu sakatlık oranlarında artış yaşanmıştır. Engelli bireyler dezavantaja sahip oldukları için sosyal politikalar alanına dahil edilmektedir. Endüstriyel alanda olduğu gibi teknoloji alanında da gelişme olması, sosyal yaşamdaki aktiflik ve yaşanan gelişmelere bağlı olarak kendilerini eve kapatmış olan engelli bireylerin istekleri toplumdaki farklı kesimler açısından fark edilir bir durum olmuştur (Genç ve Çat, 2013, s.364). Birleşmiş Milletler Engelli Bireylerin Hakları Beyannamesinde; saygı duyulması ve değer verilmesi, özgüven artmasına katkıda bulunma, eğitim-öğretim alma, çalışma hayatına girme, aile yaşamının kurulması gibi temel haklar konusuna dikkat çekilmiştir. Bu duruşun sonucunda engeli olan birey, engel sorunu yaşamayan başka birey/bireylerin desteği ile gereksinimlerinin karşılanmasına karşı bir duruş sergilemektedir. Engelli bireyler kendi gereksinimlerini karşılama, bağlı kalmaktan, dışlanmaktan kurtulma gibi durumlar için maddi destek almaktan çok çalışma ve iş alanına girmeyi talep etmektedir.

Çoğu ülkede işsizlik, engelli bireyler arasında daha yüksektir. Engelli bireyler, reddedilme ve yalnızca engelleri nedeniyle tanımlanma konusunda köklü korkulara sahiptir. Zihinsel ve fiziksel sağlıkları için tedavi aramayı kabul etmek, özellikle de yardımın başka bir etiketle gelebileceği durumlarda kabul edilmesi zor olabilir. Ayrıca, engelliler için de yaşam sürdürme maliyeti, engelli olmayanlara göre daha yüksektir. Bir kişinin fiziksel acı, sınırlamalar ve yoksullukla uğraşmak zorunda olduğu böyle üzücü bir

durum, depresyon ve anksiyete gibi psikolojik sorunları da beraberinde getirir. Engelli birey psikolojik açıdan destek almadığında ilaç kullanımı, alkol kullanımı, aile, arkadaşlar, diğer önemli kişilerle ilişkilerde sorunlar, ciddi hastalıklardan kurtulma zorluğu, klinik depresyon, yetersiz beslenme, uyku bozuklukları, kendine zarar verme davranışı veya intihar da dahil olmak üzere ciddi risklerle karşılaşabilir.

Psikolojik hastalıkların başlamasına yol açabilecek fiziksel engelli kişilerin karşılaştığı en yaygın zorluklar:

- İletişim (başkalarıyla etkili bir şekilde iletişim kurmayı etkileyecek okuma, işitme veya konuşma sorunları)
- Fiziksel (engellilerin fiziksel olarak üstesinden gelemeyecekleri, içinden geçemeyecekleri veya toplum içinde dolaşamayacakları basamaklar, kaldırımlar, kaldırımlar veya diğer engeller)
- Tutumsal (klişeler, damgalar, önyargı, arkadaşlardan, aileden, iş arkadaşlarından ve yabancılardan ayrımcılık)
- Programatik (zamanlama, uygun ekipman eksikliği ve sağlık profesyonellerinin anlayış eksikliği gibi engelli kişilerin karşılaştığı sağlık sorunları)
- Ulaşım (toplu taşıma sistemlerine veya diğer uygun ulaşım biçimlerine erişim eksikliği)
- Politika (hukuk konusunda farkındalık veya bilgi eksikliği)
- Sosyal (okul, arkadaşlar, ilişkiler ve istihdamla mücadele etme olasılığı daha yüksektir)

Bu engellerle günlük ve haftalık olarak karşılaşmak, zaten kabul edilmek, yerine getirilmek ve sağlıklı olmak için mücadele eden bireylere ağır gelebilir. Zamanla bu yedi engel, depresyon ve anksiyete gibi zihinsel sağlık koşullarının başlamasına yol açabilecek ve şiddetini artırabilecek bazı ikincil sonuçlara yol açabilir:

- İzolasyon: Engellilerin çoğu başkaları tarafından dışlanmış hissetmekten dolayı kendilerini yalnız hissetmekte ve tecrit edebilmektedir. Bazı bireyler, kendilerini gitmeye hazır hissetseler bile etkinliklere katılmak için evden dışarı çıkamazlar.
- Sağlık Riskleri: Fiziksel engelli kişilerin obezite, kardiyovasküler hastalık, yorgunluk, daha fazla yaralanma ve azaltılmış fiziksel aktivite ve diğer faktörler nedeniyle kronik ağrı gibi sağlık sorunlarına daha duyarlıdırlar
- Yoksulluk: Fiziksel engelli kişilerin, özellikle engelli çocukları olan ailelerin yoksulluk içinde yaşama olasılığı daha yüksektir. Pahalı tedaviler ve istihdam eksikliği, sigorta ve yardım programlarının karşılamadığı masrafları karşılamak için genellikle çok az para bırakmaktadır.
- İşsizlik: Engelli bireylerin işsizlik oranı, olmayanların iki katıdır. Çalışmak isteyen birçok engelli, engelliliklerinin verimliliklerini etkileyebileceğine inandıkları için (teknik olarak yasa dışı olsa da) işverenler tarafından görmezden gelinbilir.

Doğuştan veya sonradan fiziksel, mental, ruhsal, duyuşsal ve sosyal becerilerin belirli ölçülerde kaybedilmesinden dolayı yaşamlarında uyum sağlama, iletişim kurma, gereksinimlerini karşılama konusunda zorluk yaşayan bireylere çalışma yaşamında aktif rol alma, korunma, barınma, danışmanlık ve destek eğitim hizmeti almaları için son yıllarda yasal düzenlemeler yapılmıştır. İlk olarak 29.04.2012'de 2491 kişi, ardından 14.03.2013'te 591 birey kamu kurumlarında istihdam edilmiştir (Tiyek, 2014, s.101). Engelli bireylerin yoksulluk durumlarının değerlendirmeye alınmasında vurgulanması gereken en önemli şey, engelli bireylerin işgücüne katılma durumlarının yeterli seviyede olup olmadığıdır (Erdugan, 2010).

İstihdam edilebilirlik, bireye ve kişisel proaktifliğe odaklanan psiko-sosyal çok boyutlu bir yapı olarak tanımlanabilir. Kariyer kimliği, kişisel uyum, sosyal ve beşeri sermaye olmak üzere üç ana faktörün sonucudur (Fugate, Kinicki, Ashforth, 2004). Psikolojik açıdan engelli istihdamı önemlidir çünkü işte istihdam, engelli kişiler için güçlü bir sosyal kimlik dışında olumlu ve özerk bir benlik algısı sağlayabilir (Fantinelli, Di Fiore, Marzuoli, Galanti, 2022). Aslında işin temel işlevlerinden biri de kişisel ve toplumsal kimliğin tanımlanmasına katkıda bulunmaktır. Engelli çalışan kişi, kendisini toplumda daha ilgili ve ekonomik açıdan bağımsız bir kişi olarak görmekte ve daha sonra iş ve engelliğe hak kazananların rehabilite ve tedavi sürecinde etkililiği fazla olan yöntem olarak kullanılmaktadır (Tokoğlu, Aydın, Polat, Burmaoğlu, 2011, s.2). Engelli istihdamı, engellilerin engellerinden kaynaklanan olumsuz psikolojilerinin pozitif psikolojiye dönüştürülmesine katkı sağlar. Engelli bireylerin toplumsal yaşama katılmaları, topluma faydalı bireyler olmaları, yeni bireylerle iletişim kurarak sosyalleşmeleri ve öz yeterlilik duygularını geliştirmeleri için istihdam önem taşımaktadır (Genç, Çat, 2013). Zimmerman'a (1995) göre psikolojik güçlendirmenin içsel, etkileşimsel ve davranışsal olmak üzere üç boyutu vardır. İçsel özellikler, kontrol odağı, öz yeterlilik ve algılanan kontrolün motivasyonel yönünü içerir (Zimmerman, Rappaport, 1988). Engellilere uygulandığında güçlendirme, kişinin yaşamı ve onu etkileyen koşullar üzerinde kontrol derecesine sahip olma olasılığını artırabilir (Harp, 1994). Bununla birlikte, psikolojik güçlendirme teorisi, uzun süreli etkiler üretemeyen geçici müdahaleleri teşvik ettiği için engelli bireyler üzerinde sınırlı bir etkiye sahiptir. İşyerindeki uygulamalar ve tutumlar, çalışanların motivasyonunu olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir. Bireyin isteyerek ve verimli çalışabilme yeteneği, iş ortamıyla ilgilidir. Monotonluktan çıkmış ve ilginç olan işin yapılmasında daha istekli olduğu görülmektedir. Yöneticiler ayrıca işi ilginç hale getirerek buna katkı sağlarlar. Ortamda bulunan ve rahatsızlık veren etkenler motivasyon açısından olumsuz etkilenmeye neden olabilir. İşletme ve yöneticinin çalışan bireylere bakış açısı da önemlidir. Çalışan bireylerin olumlu ve ikonik niteliklerini bu şekilde tespit ederek onların katkılarını artırmayı hedefler (Ertürk, 1998). Çalışanların sosyal yaşamlarına ve kariyerlerine de ilgi duymaları, dayanışmanın gücünün artmasına destek olmaktadır. Kişisel düşünen, zayıf sosyal bağları olan, çalışanın başarısını takdir etmeyen yönetici, motivasyonsuzluğun ana nedenidir. Çalışan bireylerin bilgi ve yeteneklerini geliştirmeleri amacıyla imkanları sağlayabilmek ve ihtiyaç duyulan eğitimlere destek vermek gerekir. Bu durum motivasyon sağlar çünkü çalışanlara değer verildiği ve önemsendiği duygusunu ortaya çıkaracaktır. Ücretler açısından, çalışanların yaşamlarını sürdürebilecekleri bir seviye belirlenmeli ve uygulanmalıdır. Çalışan bireyler için en önemli moral ve motivasyon kaynağını sağlamaktadır. Çalışan bireylerin kararlara dahil edilerek fikirlerini dile getirmeleri ve mutlu olarak işlerini yapabilmeleri sağlanmalıdır. Çalışanlar çalışmalarının değerlendirilmesini ister ve bekler. İşletmede geri bildirim bulan çalışan kendini değerli bulduğu için işini daha ilgi ve istekle yapar (Keser, 2005, s.72). Bu çalışmanın amacı, işletmelerde engelli bireylerin istihdam yoluyla motivasyonlarının sağlanması için bir uygulama modelinin geliştirilmesi ve işverenlerin engelli bireylerin motivasyon ve iş performansı üzerindeki etkisini incelemektir.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, işletmelerde engellilerin istihdamını ve motivasyonunu sağlamak ve uygulama modellerinin işverenler ve engellilerin motivasyon ve iş performansı üzerindeki etkisini incelemek üzere istihdam uygulama modelleri geliştirmek amacıyla

yarı deneysel bir tasarımla tasarlanmıştır. Deneysel desenin amacı, değişkenlerin sebep-sonuç ilişkilerini belirlemektir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, Demirel, 2012).

Çalışma Grubu

Araştırmanın Etik Kurul onayı İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı'ndan 2021-32-09 karar no ile alınmıştır. Bu araştırmaya dahil edilen çalışma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında İstanbul İlinde bulunan Beyoğlu İlçesi'ndeki bir özel eğitim ve uygulama okulunda eğitim alan toplam 30 çocuk ve özel sektörde iş sahibi olan 30 işveren oluşturmaktadır. Engelli birey deney grubunda 15, kontrol grubunda 15 toplam 30 engelli birey ve işveren deney grubunda 30 işveren araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmada her grupta denek kaybı olasılığına karşın yedek bulundurulmuştur. Deneysel çalışmalarda deney ve kontrol grubunda 15 katılımcının olması sonuçların geçerli olmasını sağlayabilir (Arlı ve Nazik, 2001). Bu nedenle bu araştırma 60 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya 30 katılımcı dahil edilmiştir. Araştırmaya katılan deney grubu cinsiyet değişkenine bakıldığında kız katılımcı denek sayısı 10 (72,6) ve erkek katılımcı sayısı 4 (28,6) görülmektedir. Kontrol grubu cinsiyet değişkenine bakıldığında kız katılımcı denek sayısı 9 (56,63) ve erkek katılımcı sayısı 7 (43,8) görülmektedir.

Araştırmaya katılan deney grubu iş istihdamı değişkenine bakıldığında kafede çalışan katılımcı denek sayısı 8(57,1) ve restoranda çalışan katılımcı sayısı 6 (42,9) olduğu görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

Çalışma grubu ile ilgili sosyodemografik bilgileri belirlemek için araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda 10 soru yer almıştır. Araştırmada cinsiyet, yaş, kardeş sayısı, ailelerin gelir durumu, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi gibi demografik bilgilere yer verilmiştir. Ancak her bilgi için analiz yapılmamıştır.

Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ)

Ölçek, 2010 yılında geliştirilen Likert tipi bir ölçektir. Ölçek 19 maddeden oluşup her bir maddeye göre cevaplama 7 derece üzerinden alınmıştır. Dereceler hiç uygun değil (1), çoğunlukla uygun değil (2), uygun değil (3), orta (4), uygun (5), oldukça uygun (6) ve tamamen uygun (7) şeklinde oluşmaktadır. Altı alt ölçekten oluşan ölçek, motive olmama dışsal düzenleme, dışsal düzenleme-maddesel, içe yansıtılan düzenleme, kişisel düzenleme ve içsel motivasyon olarak belirlenmiştir. Farklı dillere tercüme edilen ölçek dört alt ölçekten oluşmaktadır. Bu alt ölçekler içsel motivasyon, kişisel düzenleme, içe yansıtılan düzenleme ve dışsal düzenlemedir (Gagné, Forest, Gilbert, Aubé, Morin ve Malorni, 2010, s.629). Çok sayıda katılımcı ile yapılan doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonuçlarına göre, Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları hesaplanmış İngilizce için .71 ile .86 ve Fransızca form için alfa katsayılarının .70 ile .87 arasında değiştiği tespit edilmiştir (Gagné vd., 2010, s.636). Ölçeğin geliştirilmesi sürecinde başlangıçta 55 maddeye ilaveten farklı araştırmacılar tarafından yeni maddeler daha ilave edilmiştir (Çivilidağ ve Şekercioğlu, 2017, s.143). Çalışmamızda ise ölçek tek faktörlü olarak uygulanmıştır.

İş Performansı Ölçeği

Ölçek, çalışanların iş performansının ölçülmesinde kullanılmıştır. İş performansı ölçeği dört sorudan oluşmaktadır. Yapılan araştırmalarda ölçeğin güvenilirlik katsayısı .70'in üzerinde bulunmuştur. (Kirkman ve Rosen, 1999, s.58; Sigler ve Pearson, 2000, s.28). Türkiye'de yapılan çalışmada .82 olarak güvenilirlik katsayısı bulunmuştur. Bu çalışmanın örneklem grubu ise akademisyenlerdir (Çöl, 2008, s.36).

Yapılan çalışmalarda 5'li likert ölçeği ile cevaplar elde edilmiştir. Dereceler 1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum şeklinde oluşturulmuştur. Doğrulamaya faktör analizinden elde edilen sonuçlara göre ölçeğin tek faktörlü olduğu bulunmuştur. Doğrulamaya faktör analizinden elde edilen sonuçlara göre, faktör yüklerinin .66-.81 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı .83 ve Keiser-Meyer-Olkin analiz sonucu .79 ve Barlett testi anlamlı ($p=.000$) olduğu sonucuna varılmıştır.

İş İstihdamı Uygulaması

Bu araştırmada, engelli bireylerin çalıştığı kurumlarda gönüllü olarak çalışan katılımcılar, yasal çalışma hakkına sahip bireylerle çalışmıştır. Örneklem grubunun oluşturulmasından sonra katılımcıların çalışacağı merkezlerle iletişime geçilmiştir. Çalışmanın başlangıcında çalışmanın amacı, süresi ve yolu katılımcılarla ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Aynı bir günde, işletme sahipleriyle çalışmanın amacını ve prosedürünü açıklayan ve gönüllü onay formlarını imzalayan bir randevu alınacaktır. İstihdam edilen katılımcılar iki ay boyunca izlenmiş ve gerekli destek, yetkinlik ve motivasyonları incelenmiştir. Araştırma süreci hakkında araştırmacı dışındaki psikologlardan bilgi alınmamıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler değerlendirilerek analiz yapılmıştır.

Araştırmada çalışma grubu iki ay boyunca çalışmalarını izlemiş, çalışma öncesi ve sonrası ölçümler yapılmıştır. Araştırmada yer alan çalışma gruplarının iş yeri güvenlikleri ve maddi sorumlulukları araştırmacı tarafından sağlanmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmaya katılan toplam engelli sayısı 30 ve toplam işveren sayısı 30'dur. İşveren ve engelli deney grubuna 15 engelli birey ve özel sektörde iş sahibi olan 30 işveren katılmıştır. Araştırmadaki katılımcı sayısı az ise analizlerde parametrik olmayan istatistiksel yöntemler tercih edilir (Karasar, 2005). Bu nedenle araştırma verilerinin analizinde parametrik olmayan analizler tercih edilmiştir. Bu çalışmada grupların ön ve son testlerin farklılığını tespit etmek için Mann-Whitney U Testi, gruplar arasındaki ön test ve son test farklılıklarını tespit etmek için Wilcoxon İşaretli Sıralama Testi kullanılmıştır. Analizler SPSS 25 (Sosyal Bilimler İstatistik Programı) ile bilgisayarda yapılmıştır. Araştırmada Cohen'in Etki büyüklüğü (.1 = küçük, .3 = orta, 5 = büyük) alınarak belirlenmiş ve araştırmadaki hata payı .05 olarak alınmıştır (Pallant, 2016).

Bu çalışmada verilerin dağılımına ilişkin bulgular, basıklık ve çarpıklık değerleri araştırılmıştır. Bu değerler farklı kaynaklara göre değişkenlik gösterse de sosyal bilimlerde yaygın kabul +2-2 şeklindedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çalışmada toplanan veriler çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde çarpıklık için değerlerin -.03 ile .04 arasında, basıklık değerlerinin ise -.03 ile -.5 arasında değiştiği görülmektedir. Elde edilen bu değerler göz önüne alındığında, verinin normal dağılımdan sapma gösterdiği bu nedenle normal dağılım sınırları içerisinde olmadığı belirtilebilir. Araştırmada yapılan analiz sonucuna göre 19 maddelik Çok Boyutlu İş Motivasyonu

Ölçeği (ÇBİMÖ)'nin genel güvenilirliği $\alpha = 944$, ve 23 maddelik İş Performansı Ölçeği genel güvenilirliği $\alpha = 866$ olarak yüksek derecede güvenilir bulunmuştur.

BULGULAR

Tablo 1. Çalışma Grubunun Deney ve Kontrol grubuna ilişkin Ön-Test Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Ölçekler	Gruplar	N	\bar{x} sıra	Σ sıra	U	Z	p
Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ)	Deney	15	15,00	115,00	115,0	-272	810
	Kontrol	15	16,00	140,00			
	Toplam	30					
İş Performansı Ölçeği	Deney	15	14,40	132,50	112,0	,300	,700
	Kontrol	15	14,30	132,50			
	Toplam	30					

Tablo 4'te elde edilen sonuçlara göre deney grubunun uygulama öncesi Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) sıralamalar ortalaması 15.00, kontrol grubunun uygulama öncesi Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) sıralamalar ortalaması 16.00'dır. Deney ve kontrol grubunun U değeri 115.0 ve z değeri -272 olduğu bulunmuştur. Bu bulgulara göre deney ve kontrol grubunun uygulama öncesi Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) sıralamalar ortalaması arasında anlamlı fark yoktur ($z = -272$, $p > .05$). Sıra ortalamaları dikkate alındığında deney ve kontrol grubunun uygulama öncesi Beklenmedik İçerik Değişikliği Görevi puanları birbirine denktir. Bu durum araştırmada uygulanacak bağımsız değişkenin etkili olup olmadığına ilişkin temel koşulları sağladığını göstermektedir. Diğer bir deyişle bağımlı değişkendeki etkinin bağımsız değişkenden kaynaklandığı sınanabilir.

Tablo 4'te elde edilen sonuçlara göre deney grubunun uygulama öncesi İş Performansı Ölçeği sıralamalar ortalaması 14.40, kontrol grubunun uygulama öncesi İş Performansı Ölçeği sıralamalar ortalaması 15.40'tır. Deney ve kontrol grubunun U değeri 112.0 ve z değeri -300 olduğu bulunmuştur. Bu bulgulara göre deney ve kontrol grubunun uygulama öncesi İş Performansı Ölçeği sıralamalar ortalaması arasında anlamlı fark yoktur ($z = -300$, $p > .05$). Sıra ortalamaları dikkate alındığında deney ve kontrol grubunun uygulama öncesi Beklenmedik İçerik Değişikliği Görevi puanları birbirine denktir. Bu durum araştırmada uygulanacak bağımsız değişkenin etkili olup olmadığına ilişkin temel koşulları sağladığını göstermektedir. Diğer bir deyişle bağımlı değişkendeki etkinin bağımsız değişkenden kaynaklandığı sınanabilir.

Tablo 2. İş istihdamı Uygulanan Deney Grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) ve İş Performansı Ölçeği Öncesi ve Sonrası Puanlarının Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Gruplar	Bağımlı Değişkenler	Sıralar	n	\bar{x} sıra	Σ sıra	z	p
Deney	Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ)	Negatif Sıra	0	6,50	5,40	-2,544	,001
		Pozitif Sıra	14	28,50	79,50		
		Eşit	1				
		Toplam	15				
	İş Performansı Ölçeği	Negatif Sıra	0	2,00	6,00	-2,433	,000
		Pozitif Sıra	15	51,00	117,00		
		Eşit	0				
		Toplam	15				

Analiz sonuçları araştırmaya katılan deney grubu iş istihdamı uygulanan çalışma grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) öncesi ve sonrası puanları arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir ($z=-2.544$, $p= ,001 < .05$). Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında, gözlenen bu farkın pozitif sıralar, yani son test puanı lehinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre düzenlenen iş istihdamı uygulamasının çalışma grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

Analiz sonuçları araştırmaya katılan deney grubu iş istihdamı uygulanan çalışma grubunun İş Performansı Ölçeği öncesi ve sonrası puanları arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir ($z=-2.433$, $p= ,000 < .05$). Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında, gözlenen bu farkın pozitif sıralar, yani son test puanı lehinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre düzenlenen iş istihdamı uygulamasının çalışma grubunun İş Performansı Ölçeği üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 3. İş istihdamı Uygulanan Kontrol Grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) ve İş Performansı Ölçeği Öncesi ve Sonrası Puanlarının Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Gruplar	Bağımlı Değişkenler	Sıralar	n	\bar{x} sıra	Σ sıra	z	p
Kontrol	Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ)	Negatif Sıra	7	27,50	78,00	5,322	,711
		Pozitif Sıra	7	28,50	79,50		
		Eşit	1				
		Toplam	15				
	İş Performansı Ölçeği	Negatif Sıra	6	44,00	113,00	4,433	,817
		Pozitif Sıra	7	41,00	127,00		
		Eşit	2				
		Toplam	15				

Analiz sonuçları araştırmaya katılan kontrol grubu, iş istihdamı uygulanan çalışma grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) öncesi ve sonrası puanları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($z= 5,322, p= ,711 > .05$). Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında iş istihdamı uygulanmayan kontrol grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) ön test ve son test puanlarında bir değişim olmadığı bulunmuştur. Diğer bir deyişle Kontrol grubu katılımcıların ön test ve son test puanları benzerdir.

Analiz sonuçları araştırmaya katılan kontrol grubu iş istihdamı uygulanan çalışma grubunun İş Performansı Ölçeği öncesi ve sonrası puanları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($z= 4,433, p= ,817 > .05$). Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında iş istihdamı uygulanmayan kontrol grubunun İş Performansı Ölçeği ön test ve son test puanlarında bir değişim olmadığı bulunmuştur. Diğer bir deyişle Kontrol grubu katılımcıların ön test ve son test puanları benzerdir.

Tablo 4. İşverenlerin Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) ve İş Performansı Ölçeği Öncesi ve Sonrası Puanlarının Wilcoxon İşaretili Sıralar Testi Sonuçları

Gruplar	Bağımlı Değişkenler	Sıralar	n	\bar{x} sıra	Σ sıra	z	p
Kontrol	Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ)	Negatif Sıra	0	0,00	0,00	1,322	,011
		Pozitif Sıra	15	78,50	222,50		
		Eşit	0				
		Toplam	15				
	İş Performansı Ölçeği	Negatif Sıra	0	00,00	00,00	1,113	,017
		Pozitif Sıra	15	66,00	322,00		
		Eşit	0				
		Toplam	15				

Analiz sonuçları araştırmaya katılan işverenlerin iş istihdamı uygulanan çalışma grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) öncesi ve sonrası puanları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir ($z= 1,322, p= ,011 < .05$). Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında iş istihdamı uygulanan iş istihdamı grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) ön test ve son test puanlarında bir değişim olduğu bulunmuştur. Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında, gözlenen bu farkın pozitif sıralar, yani son test puanı lehinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre düzenlenen iş istihdamı uygulamasının iş istihdamı grubunun İş Performansı Ölçeği üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

Analiz sonuçları araştırmaya katılan işveren grubu iş istihdamı uygulanan çalışma grubunun İş Performansı Ölçeği öncesi ve sonrası puanları arasında anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir ($z=1.113, p= ,017 < .05$). Fark puanları sıra ortalaması ve toplamları dikkate alındığında, gözlenen bu farkın pozitif sıralar, yani son test puanı lehinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre düzenlenen iş istihdamı uygulamasının işveren grubunun İş Performansı Ölçeği üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Çalışma Grubunun Deney ve Kontrol grubuna ilişkin Son-Test Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Gruplar	n	\bar{x} sıra	Σ sıra	U	z	p
Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ)	Deney	15	32,50	332,50	12,000	-5,111	000
	Kontrol	15	8,50	111,50			
	Toplam	30					
İş Performansı Ölçeği	Deney	15	30,50	208,50	23,500	-4,233	000
	Kontrol	15	6,50	88,50			
	Toplam	30					

Tablo 5'de elde edilen sonuçlara göre deney grubunun iş istihdamı uygulama sonrası Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) sıralamalar ortalaması 32.50'dir. Kontrol grubunun uygulama sonrası Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) sıralamalar ortalaması 8.50'dir Deney ve kontrol grubunun U değeri 12,500 ve z değeri -5,111 olduğu bulunmuştur. Bu bulgulara göre deney ve kontrol grubu arasında uygulama sonrası Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) puanları anlamlı fark görülmektedir ($z=-5,111$, $p < 0,05$). Bu bulgu deney grubunun Çok Boyutlu İş Motivasyonu Ölçeği (ÇBİMÖ) puanları kontrol grubundan anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 5'te elde edilen sonuçlara göre deney grubunun iş istihdamı uygulama sonrası İş Performansı Ölçeği sıralamalar ortalaması 30.50'dir. Kontrol grubunun uygulama sonrası İş Performansı Ölçeği sıralamalar ortalaması 6.50'dir Deney ve kontrol grubunun U değeri 23,500 ve z değeri -4,233 olduğu bulunmuştur. Bu bulgulara göre deney ve kontrol grubu arasında uygulama sonrası İş Performansı Ölçeği puanları anlamlı fark görülmektedir ($z=-4,233$, $p < 0,05$). Bu bulgu deney grubunun İş Performansı Ölçeği puanları kontrol grubundan anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğunu göstermektedir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

İşletmelerde engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulaması ile işveren ve engelli bireylerin motivasyon düzeyleri, kontrol grubuna göre olumlu yönde değişmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, deney ve kontrol grubu arasında uygulama sonrası iş motivasyonu puanları arasında anlamlı fark görülmektedir. Deney grubunun iş motivasyonu puanlarının kontrol grubundan anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca istihdam sahibi işverenlerin de iş motivasyonu ve memnuniyet puanları yüksek çıkmıştır. Çalışma grubunun iş istihdamı sonrasında motivasyon düzeylerinin arttığı, benzer şekilde işveren bireylerin de motivasyon düzeylerinin arttığı sonucuna varılmıştır.

Engelli bireylerin sosyal hayata katılımı farklı yollarla sağlanır. Özellikle Engelliler Kanunu ve İş Kanunu sonrasında engellilerin yetkinlik düzeyleri dikkate alınarak istihdam ve sosyal faaliyetlere katılım sağlamalarında önemli bir artış olduğu görülmüştür. Kanun ve yönetmelik kapsamında düzenlemelerin sonucunda tüketen ve bağımlı olan engelli bireyler, üretken ve kendine yeterli bir duruma gelip ülke kalkınmasına katkı sağlamaktadır. Korunmalı işyerleri, engelli kişilerin birlikte çalışmasını öngören bir model olduğundan, engelli bireyler tarafından desteklenmemekte, tam

tersine sosyal dışlanmayı artırdığı düşüncesi ileri sürülmektedir. Engelli bireyler, sağlıklı bireylerle birlikte ortak alanda çalışarak ve günlük yaşamda kendilerine yer bularak eşit haklara sahip olmaya çalışırlar. Bu nedenle kibar, yardımsever, karar veren ve pozitif ayrımcılığa maruz kalan bir kişi olmak yerine, fırsat verilen, üreten, söz hakkı olan, kendi sosyal ve aile ortamını yaratan kişiler olmak isterler (Genç ve Çat, 2013, s.366). Engelli bireylerin sosyal hayata aktif olarak eksiksiz katılımını sağlamak ve kendine güvenen bireyler olmalarına destek olmak için kamusal alanın iyileştirilmesi sosyal yaşamın gerekliliğidir (Yıldırım ve vd. 2011: 12). Engelli bireylere verilen iş istihdamı tüm bireylerin refahını artırmaktadır. Bunlar, engellilerin yaşam koşullarını iyileştirmeyi ve toplum yaşamına katılımlarını sağlamayı amaçlayan kamu politikalarıdır. Bu politikaların kapsamı; engellilerin sosyal güvenlik, erişilebilirlik, mesleki rehabilitasyon ve eğitimi, aktif istihdam politikaları ve sosyal hayata katılımları olmaktadır (Seyyar, 2010). İstihdam işlemlerinde çalışan veya iş başvurusunda bulunan engellilerin karşılaştıkları engel ve zorlukların azaltılması veya ortadan kaldırılması için tedbirlerin alınması zorunlu olup, işyerinde fiziki düzenlemeler, bu konuda görev, yetki ve sorumlulukları bulunan kurum ve kuruluşlar ile işyerleri tarafından yapılmaktadır. İstihdama yönelik düzenlenmelerin yapılması Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü'ne bırakılmıştır. Bu nedenle özellikle işgücü piyasasında çalışması zor olan engelliler için şartlarına uygun işyerleri tanzim edilmesi ve çalıştırılmaları önerilmektedir. Engelliler sağlıklı insanlarla aynı ortamda çalışmayı tercih etmekte ve toplumdaki dışlanma korkusu yaşamaktadır. İşgücü piyasası, alışveriş ortamı, sosyal alanlar, spor alanları ve eğitim yuvalarında sağlıklı insanlara sunulan imkanlardan yararlanmak istemektedirler.

Engelli bireylerin mesleki rehabilitasyon hizmetlerinden yararlanmalarını sağlamak, onları üretken kılarak ekonomik ve sosyal refahlarını sağlamak, engelli bireyleri yeteneklerine göre uyarlayabilecekleri bir işte eğitmek, meslek edinmek, ekonomik ve sosyal refahlarını sağlamak esas alınır. İhtisas mesleki rehabilitasyon merkezleri, yetenek geliştirme merkezleri ve gerçek veya tüzel kişiler tarafından açılacak çeşitli korunan işyerlerinde ve ihtisas işyerlerinde, bireylerin kişisel gelişim ve yeteneklerine göre iş veya becerilerini geliştirmelerine yönelik tedbirler alınması, engellileri istihdama dahil etmek yerine sosyal hayata dahil etmektedir (Genç ve Çat, 2013, s.369).

Engellilerin çalışma hayatına katılımı; sosyal güvenlik ve maddi faydalar sağlayacak, topluma entegrasyon ve uyum getirecektir. Çalışma yaşamı, engelli bireylerin sosyal aktivitelere katılımları, faydalı bireyler olmaları, sosyal ortam kurmak için iletişime girmeleri ve özgüven duygusu geliştirmeleri açısından önemlidir. Çalışma alanına girmeleri amacıyla yeterli düzeyde istihdam yöntemlerinin gelişimi ve engel grubu dikkate alınarak uygun iş ortamlarında çalışmaları, işsizlik oranını düşürecek ve engellilerin işgücü piyasasına katkısı artacaktır (Genç ve Çat, 2013, s.391).

Araştırmada engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulamasının işveren engelli bireylerin çalışma performans seviyeleri, kontrol grubuna göre olumlu yönde değişmiştir. Bu bağlamda, grubun iş performansı ölçüğü puanlarının kontrol grubununkinden anlamlı olarak yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuç istihdam edilen engelli bireylerin istihdam sonrası iş performansının yükseldiğini göstermektedir. İş tatmini, "kişinin işini veya iş deneyimlerini değerlendirmesinden kaynaklanan zevkli veya olumlu bir duygusal durum" (Locke, 1976) veya "insanların işlerini ne ölçüde sevdiğini (tatmin) veya sevmediğini (tatminsizlik) ifade eder (Spector, 1997). Bireyin iş tatmini, bireysel iş performansında önemli bir rol oynar; toplamda, çalışanların memnuniyeti bir bütün olarak organizasyonun performansını etkiler (Humphrey, Nahrgang ve Morgeson, 2007, s.1333). Ayrıca, çalışanların iş tatmini, iş dışındaki kişisel ilişkilerinin sağlığı (Chen, Brown, Bowers ve Chang, 2015, s.2351), kendilerini değerlendirmeleri ve değerleriyle

(Wu ve Griffin, 2012, 331) ilişkilidir ve kişisel sağlık ve esenliklerini olumlu yönde etkiler (Belkic ve Savic, 2013). Bu nedenle, iş memnuniyetini anlamak, istihdamın bireyin genel yaşam kalitesine katkıda bulunup bulunmadığını anlamak için önemlidir. Yapılan çalışmaların sonuçlarına bakıldığında iş performans ve memnuniyet seviyelerine dönersek, sonuçlar çok ilginç bir durum sergilemektedir. Memnuniyet seviyeleri hem erkekler hem de kadınlar için Danimarka, İrlanda ve Avusturya'da özellikle yüksek çıkmıştır. Erkekler için çalışma koşullarından memnuniyet düzeylerinde en yüksek farklılıklar (yüzde puan olarak) Danimarka (0,64), Belçika'da bulunmuştur. Diğer taraftan (0,45) ve Almanya (0,43), kadınlarda ise Danimarka (0,86), Hollanda (0,63) ve Birleşik Krallık'ta (0,61) bulunmuştur. Bu sonuçlara göre engelli istihdamı birçok ülkede engelli bireylerin refah seviyesini artırmaktadır (Pagán, 2009, s.218). Diğer taraftan işyerinin fiziksel özellikleri de engelli bireylerin memnuniyet süreçlerini etkileyebilir.

İşyerine fiziksel olarak yerleştirilmek, engelli çalışanların görevlerini yerine getirmeleri için barınma ve değiştirilmiş tesislere erişimin iyileştirilmesini garanti etmeyeabilir (OECD, 2003). Geçmişte ve günümüzdeki uygulamalarda, engellilik ve sakatlığın engel türlerine (ör. zihinsel engeller, öğrenme güçlükleri) ya da ciddiyetlerine (ör. hafif engelliler, ağır engelliler) daha fazla önem verilmektedir. Engelli bireylerin karşılaştıkları sorunlar daha fazla dikkate alınmalıdır. Artış gösteren istihdam oranında, sistemin etkin olup olmadığını değerlendirmek amacıyla bu durum geçici bir önlem olarak görülür (Mori ve Sakamoto, 2014, s.2). Dikkate alınması gerekli olan etkenler arasında; bu tür bir sistemin başarı sergilemesini etkileyen kişisel (ör. engelli bireylerin tutumları ve deneyimleri) ve sosyal faktörler (ör., iş ortamı, mesleki hizmetler) ve engelli çalışanların uzun vadeli etkileri (ör. iş ve yaşam doyumu, yaşam kalitesi) yer almaktadır (Gazioğlu ve Tansel, 2006, s.1164). Bu nedenle, bu tür kişisel ve sosyal faktörler, ilişkiler, farklı kültürel sistemler ve ülkeler içinde değişebilen faktörler arasındadır (Yujeong Park, Jaekook Park, Seo, Bettini, E., ve Smith, 2016, s.199).

Çoğu çalışan gibi, istihdam engelli birey için çok şey ifade eder. Bunun başlıca nedeni nispeten sınırlı istihdam fırsatları olmasıdır. Bu nedenle, engelli kişiler işe alındığında, şirket için değerli olduklarını kanıtlamak için yüksek motivasyona sahip olmaları daha olasıdır. Bu, diğer çalışanlarla karşılaştırıldığında eşit veya daha iyi iş performansı anlamına gelir.

İş istihdamına katılım fırsatı tüm engelliler için, kişilerarası becerilerin, kendine güvenin, öz yeterliliğin ve psikososyal gelişimin desteklendiği temel bir deneyimdir. İşverenler, iş yerlerini olabildiğince engellilerin koşullarına uygun hale getirmelidirler. Onların çalışmalarını kolaylaştıracak, sağlıkları için her türlü önlemi alacak, kendilerini geliştirmelerine olanak verecek doğrultuda hazırlıklar yapılmalıdır. Engellilerin sosyal hayata katılımı, onları toplumun bir parçası olduklarını hissetmelerine ve motivasyonlarının artırmalarına yardımcı olur. Motivasyon, insan davranışını etkileyen önemli bir konudur ve sadece algı ve öğrenme gibi diğer bilişsel faktörleri değil, aynı zamanda bireyin organizasyon ortamındaki toplam performansını da etkiler.

Sonuç olarak işletmelerde engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulamasının işveren ve engelli bireylerin motivasyon düzeyleri, kontrol grubuna göre olumlu olduğu ve işletmelerde engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulamasının işveren engelli bireylerin çalışma performans düzeyleri, kontrol grubuna göre olumlu yönde olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca istihdam sahibi işverenlerin de iş motivasyonu ve memnuniyet puanları yüksek çıkmıştır. Engelli bireylere uygulanan iş istihdamı uygulamasının ülkemizde tüm il ve ilçelerde yaygınlaştırılması, tüm engel gruplarını kapsamaya önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- ARLI, M., ve NAZİK, H. (2001). *Bilimsel Araştırma Yöntemlerine Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- BARUCH, Y., ve ROSENSTEIN, E. (1992). Career planning and managing in high-tech organizations. *International Journal of Human Resource Management*, 3, 477-496.
- BELKIC, K., VE SAVIC, C. (2013). Job stressors and mental health: a proactive clinical perspective. World Scientific.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., ÇAKMAK, E. K., AKGÜN, Ö. E., KARADENİZ, Ş., DEMİREL, F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi.
- CHEN, I. H., BROWN, R., BOWERS, B. J., ve CHANG, W. Y. (2015). Work-to-family conflict as a mediator of the relationship between job satisfaction and turnover intention. *Journal of advanced nursing*, 71(10), 2350-2363.
- ÇİVİLİDAĞ, A., ve ŞEKERCİOĞLU, G. (2017). Çok boyutlu iş motivasyonu ölçeğinin Türk kültürüne uyarlanması. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 7(1), 143-156.
- ÇÖL, G. (2008). Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (1), 35-46.
- ERDUGAN F.E (2010). Türkiye'de Özürlü Yoksulluğu ve Mücadele Politikalarının Değerlendirilmesi: Ankara-Keçiören Örneği, Ankara: T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı, Yayın No: 50.
- ERTÜRK, M. (1998). *İşletmelerde yönetim ve organizasyon*. İstanbul: Beta Yay.
- GENÇ, Y., ve ÇAT, G. (2013). Engellilerin istihdamı ve sosyal içerme ilişkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 363-393.
- FANTINELLI, S., DI FIORE, T., MARZUOLI, A., ve GALANTI, T. (2022). Self-Perceived employability of workers with disability: A case study in an educational farm. *Frontiers in Psychology*, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.871616>.
- FREYN, C.B., ve OSBORNE, M.A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technol. Forecast. Soc. Chang*, 114, 254-280.
- FUGATE, M., KINICKI, A. J., ve ASHFORTH, B. E. (2004). Employability: a psychosocial construct, its dimensions, and applications. *J. Vocat. Behav*, 65, 14-38.
- GAGNÉ, M., FOREST, J., GILBERT, M. H., AUBÉ, C., MORIN, E., ve MALORNI, A. (2010). The motivation at work scale: Validation evidence in two languages. *Educational and psychological measurement*, 70(4), 628-646.
- GAZİOĞLU, S., ve TANSEL, A. (2006). Job satisfaction in Britain: individual and job related factors. *Applied economics*, 38(10), 1163-1171.
- GENÇ, Y., ve ÇAT, G. (2013). Engellilerin istihdamı ve sosyal içerme ilişkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 363-394.
- HARP, H. T. (1994). Empowerment of mental health consumers in vocational rehabilitation. *Psychosoc*, 17, 83-89.
- HUMPHREY, S. E., NAHRGANG, J. D., ve MORGESON, F. P. (2007). Integrating motivational, social, and contextual work design features: a meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature. *Journal of applied psychology*, 92(5), 1332.
- KESER, A. (2005). İş doyumunu ve yaşam doyumunu ilişkisi: Otomotiv sektöründe bir uygulama. *Çalışma ve Toplum*, 4(7), 71-95.
- KIRKMAN, B. L., ve ROSEN, B. (1999). Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. *Academy of Management journal*, 42(1), 58-74.
- LOCKE, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *Handbook of industrial and organizational psychology*.

MORI, Y., ve SAKAMOTO, N. (2018). Economic consequences of employment quota system for disabled people: Evidence from a regression discontinuity design in Japan. *Journal of the Japanese and International Economies*, 48, 1-14.

NOONAN, B.M., GALLOR, S.M., HENSLER-MCGINNIS, N.F., FASSINGER, R.E., WANG, S., ve GOODMAN, J. (2004). Challenge and success: A qualitative study of the career development of highly achieving women with physical and sensory disabilities. *Journal of Counseling Psychology*, 51, 68-80.

PAGÁN, R. (2009). Self-employment among people with disabilities: evidence for Europe. *Disability ve Society*, 24(2), 217-229.

PARK, Y., [Jaekook], SEO, D. G., BETTINI, E., ve SMITH, J. (2016). Predictors of job satisfaction among individuals with disabilities: An analysis of South Korea's National Survey of employment for the disabled. *Research in Developmental Disabilities*, 53, 198-212.

REN, L.R., PAETZOLD, R.L., ve COLELLA, A. (2008). A metaanalysis of experimental studies on the effects of disability on human resource judgments. *Human Resource Management Review*, 18, 191-203.

SEYYAR, A. (2010). *Sosyal hizmet terimleri (Ansiklopedik "Sosyal Pedagojik Çalışma" Sözlüğü)*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.

SPECTOR, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences* (Vol. 3). Sage.

TABACHNICK, B. G. ve FIDELL, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5. Baskı). Boston: Pearson Education.

TIYEK, R. (2014). Yerel sosyal politika bağlamında "İş'te Engel Yok Projesi". *In Journal of Social Policy Conferences* (No. 66-67). 101-126.

TOKOĞLU, M.E., AYDINTAN, B., POLAT, M., ve BURMAOĞLU, S. (2011). Bedensel engelliler ile bedensel engelli olmayanlarda örgütsel bağlılık ve iş tatmini: Kamuda bir araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 23, 1-14.

WU, C. H., ve GRIFFIN, M. A. (2012). Longitudinal relationships between core self-evaluations and job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 97(2), 331.

YILDIRIM, F., DÖKMEN, Z., ve MAMATOĞLU, N. (2011). *İşgücü Piyasasının Özürlüler Açısından Analizi*. Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Özürlü ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayınları.

ZIMMERMAN, M. A. (1995). Psychological empowerment: issues and illustrations. *Am. J. Community Psychol.* 23, 581-599.

ZIMMERMAN, M. A., ve RAPPAPORT, J. (1988). Citizen participation, perceived control, and psychological empowerment. *Am. J. Community Psychol.*

Summary

Unemployment is higher among people with disabilities. People with disabilities have deep-rooted fears of rejection and being identified only because of their disability. Accepting to seek treatment for their mental and physical health can be difficult, especially when help may come with another label. In addition, the cost of living for people with disabilities is higher than for people without disabilities. Such a distressing situation in which a person has to deal with physical pain, limitations, and poverty also brings psychological problems such as depression and anxiety. The most common difficulties faced by people with physical disabilities, which can lead to the onset of psychological diseases, Health problems faced by people with disabilities such as communication, physical (steps, sidewalks, sidewalks, etc.), attitudinal, timing, lack of appropriate equipment, and lack of understanding of healthcare professionals, transportation, lack of legal awareness or knowledge, social exclusion from

school, friends and similar relationships and employment problem. Facing these obstacles daily and weekly can be overwhelming for individuals who are already struggling with internal struggles to be accepted, fulfilled, and healthy. Over time, these barriers can lead to secondary problems that can also increase the onset and severity of mental health conditions such as depression and anxiety. These problems are isolation, health risks, poverty, and unemployment. Psychological disability employment is meaningful because engagement at work can provide a positive and autonomous sense of self for people with disabilities apart from a solid social identity. The disabled person sees themselves as a more relevant and economically independent person in society and is then used as a highly effective method in the rehabilitation and treatment process of those entitled to work and disability. It is to ensure the participation of the disabled in working life, which is of great importance among the service areas for the disabled. Involvement of people with disabilities in working life; will provide social security and material benefits and bring integration and harmony to society. Working life is essential for disabled people to participate in social activities, be valuable individuals, communicate to establish a social environment, and develop self-confidence. For them to enter the work area, developing employment methods at a sufficient level and working in suitable work environments, taking into account the disability group, will reduce the unemployment rate and increase their contribution to the labor market. Employment of the disabled contributes to transforming the negative psychology of disabled people into positive psychology. Work is essential for disabled people to participate in social life, to be valuable individuals, to socialize by communicating with new individuals, and to develop their sense of self-efficacy. This study aims to develop an application model for the employment and motivation of disabled individuals in enterprises and to examine the effectiveness of the model's ethics on the basis and job performance of employers with disabilities. The research sample consists of 30 disabled individuals and 30 employers in the 15 experimental and 15 control groups. Sociodemographic information was obtained with a personal information form, and the work motivation and satisfaction of the participants were measured with the Multidimensional Job Motivation Scale and the Job Performance Scale. In the study, Mann-Whitney U Test was used to determine the differences between the groups in the pre-test and post-test, and the Wilcoxon Signed Ranking Test was used to determine the pre-test and post-test differences between the groups. It was concluded that the employment application applied to the disabled individuals in the enterprises was favorable compared to the motivation levels of the employers and the disabled individuals, compared to the control group, and the employee performance levels of the disabled individuals, the employers, were positively compared to the control group. In addition, job motivation and satisfaction scores of employers with employment were also high. As a result, it was concluded that the employment application applied to the disabled individuals in the enterprises was favorable compared to the motivation levels of the employer and the disabled individuals compared to the control group. The employment application applied to the disabled individuals in the enterprises was favorable compared to the employee performance levels of the disabled individuals and the control group. In addition, job motivation and satisfaction scores of employers with employment were also high. It is recommended that the job employment practice applied to disabled individuals be expanded in all provinces and districts in our country, the employment application used to disabled individuals should cover all disability groups in all areas and communities in our country, and this study should be repeated with different studies.

Line Balancing Based on Error Rate Estimation with Artificial Neural Networks in Assembly Line Operations

Kenan ÖZDEN*, Atakan TAHSİN**

Abstract

In this study, in the assembly line systems consisting of the operations in interaction with each other; To reduce the number of faulty products, to prevent poor quality and to reduce the production time, Error Ratio Estimation with Artificial Neural Networks and probabilistic Line Balancing method have been performed. The error rate estimation provides information on which jeans models should be applied in the improvement work to eliminate existing errors in place. In the study, using the Levenberg - Marquardt Learning Algorithm, machine learning was determined by the experimental design method. At the same time, it has been used as an artificial intelligence algorithm in the multi-directional decision making stages, estimation and line balancing parts. In Assembly Line Equilibration, it has been aimed to re-stabilize the unbalanced line with the influence of post-forecasting process recovery. The Probabilistic Line Balancing method has been used because the processing times are stochastic (variable) and statistical data and mathematical algorithms (digital algorithms can be created). When the results are examined, a successful forecasting process has been carried out for two different five-pocket jeans models which has been selected and it has been seen that the work components of the probabilistic line balancing method enable it to be precisely assigned to work stations. And it has given reliable results.

Keywords: Assembly Line Balancing, Artificial Neural Networks, Multilayer Perception Model Probability, Levenberg-Marquardt Learning Algorithm, Probabilistic Line Balancing Method, Apparel Department in Textile, Artificial Intelligence application example to increase Efficiency and Quality.

Montaj Hattı Sistemleri İşlemlerinde Yapay Sinir Ağları ile Hata Tahminine Dayalı Hat Dengelemesi

Öz

Bu çalışmada birbiri ile etkileşim halinde olan operasyonlardan oluşan montaj hattı sistemlerinde; Hatalı ürün sayısını azaltmak, kalitesizliği önlemek ve üretim süresini azaltmak için Yapay Sinir Ağları ile Hata Oranı Tahmini ve olasılıksal Hat Dengeleme yöntemi yapılmıştır. Hata oranı tahmini, mevcut hataları yerinde gidermek için iyileştirme çalışmasında hangi kot modellerinin uygulanması gerektiği hakkında bilgi



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 26.10.2020

Kabul/Accepted: 20.03.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.812239>

* Prof., PhD, Istanbul Gelisim University, Department of Industrial Engineering, Istanbul, Turkey,

E-mail: kozden@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3379-2951>

** M.Sc. Graduated, Istanbul Arel University, Department of Industrial Engineering, Istanbul, Turkey,

E-mail: atakantahsin@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6045-9874>

verir. Levenberg–Marquardt Öğrenme Algoritması kullanılarak yapılan çalışmada deneysel tasarım yöntemiyle makine öğrenmesi belirlenmiştir. Aynı zamanda çok yönlü karar verme aşamalarında, tahmin ve hat dengeleme kısımlarında yapay zekâ algoritması olarak kullanılmıştır. Montaj Hattı Dengeleme 'de, tahmin sonrası süreç iyileştirme etkisi ile dengesiz hattın yeniden dengelenmesi amaçlanmıştır. İşlem süreleri stokastik (değişken) ve istatistiksel veriler ve matematiksel algoritmalar (dijital algoritmalar oluşturulabilir) olduğu için Probabilistic Hat dengeleme yöntemi kullanılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde seçilen iki farklı beş cepli kot pantolon modeli için başarılı bir tahmin süreci gerçekleştirilmiş ve olasılıksal hat dengeleme yönteminin iş bileşenlerinin iş istasyonlarına tam olarak atanmasını sağladığı ve güvenilir sonuçlar görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Montaj Hattı Dengeleme, Yapay Sinir Ağları, Çok Katmanlı Algı Modeli Olasılık, Levenberg-Marquardt Öğrenme Algoritması, Olasılık Hattı Dengeleme Yöntemi, Tekstilde Konfeksiyon Bölümü, Üretim Verimliliğini ve Kaliteyi Artırmak için Yapay Zeka uygulama örneği.

Introduction

Assembly line systems are the production systems that are developed to meet the increasing needs of the humans. These systems are aimed at ensuring that products with high demand for production are manufactured in the shortest time, in the most efficient manner with a low cost and in desired quality. In the process of industrialization, the idea that by dividing the aggregate work into its items (parts, operations); faster, bulk (series) and low-cost production can be conducted by separate workers. As a result, production is carried out through the transfer of materials via a specific line on which different workstations are located. The system is an assembly line that is formed by arranging the materials along the line, by transferring the materials through the flow line using labor or equipment and combining the operations on the part, considering the constraints such as priority relations and cycle time between them. Workers on the line workstations go through one or more of the work items related with them as the semi-finished product to be processed into products pass in front of them. As a result of this process, the incoming parts and semi-finished products become outputs as products after all necessary works are implemented.

When assembly line production is designed for one or more products, the problem of balancing processing times for production line workstations will appear. The aim to solve this problem is to distribute the processes to the stations so that the installed assembly line can be operated efficiently, and each assembly is left with little idle time or no idle time. In other words, the goal is to minimize the total processing time differences among workstations, as there are many operations and a high production speed under existing constraints. On the other hand, the problem of line balancing arises in the planning of the layout of continuous production systems. The case where the work to be implemented during the product formation is assigned to the assembly workstations in such a way that the loss periods are reduced to the lowest is called Assembly Line Balancing or Line Balancing to distribute the work items to the work stations.

The Probabilistic Line Balancing method is used in the problems developed by El-Sayed & Boucher (1985), where the processing times are stochastic (variable). This method is a line balancing method that allows reliable assignment of work items to workstations and provides reliable results since normalized distribution receivers with μ average and σ standard deviation of work item durations are accepted (Baskak, Kalaoglu, & Eryuruk, 2011).

Artificial Neural Networks (ANN) is a logical programming technique developed by imitating the working mechanism of the human brain that aims to realize the biological processes of the human brain with a specific software. It can be defined as an algorithm that can perform the operations that brain does; e.g. make decisions, draw conclusions, arrive at the result of inadequate data in case of insufficient data, accept the continuous data entry, learn and remember in the computer environment (Ozdemir, 2013). Studies on ANN mainly allow the understanding and mathematical modeling of biological neural systems and require the understanding of the physiological structures of biological neural networks (Terence, 1999). The human neural system is a very complex network. Brain is the central element of this system and it is foreseen that there are about 10^{10} neurons (nerve cells) connected to each other by subnets and they have more than 6×10^{13} connections. Neural cells are specialized cells for carrying information by an electrochemical process and are generally composed of four different regions: dendrite, soma, axon and synapse (Anderson & McNeill, 1992). The transmission between neurons can be explained briefly as follows. Dendrite receives input signals from other neurons. These signals are electrical responses that are transmitted through the synaptic spaces between dendrites. The axon, which is long and unique, conveys the output signals to other neurons. The combination of axon and dendrite is called synapse. They evaluate the signals received from the neurons and transmit those to the next cell if there is an input above the threshold value (Arikan Kargi, 2015). Scientists have developed ANN by using the structure and properties of the neural networks formed by biological cells, and there are some structural similarities among them. Such similarities are given at Table 1. Source: (Sagiroglu, Besdok, & Erler, 2003).

Biological Neural System	Artificial Neural Networks
Neuron	Processor unit (Input)
Dendrite	Aggregation function
Cell body	Transfer function
Axons	Artificial neuron output
Synapses	Weights

Table 1. Similarities Between Neural System and Artificial Neural Networks

An artificial neural cell (neuron) is the smallest information processing unit that forms the basis of ANN's work (Arikan Kargi, 2015). The basic structure of an artificial neuron is indicated on Figure 1 in its general status.

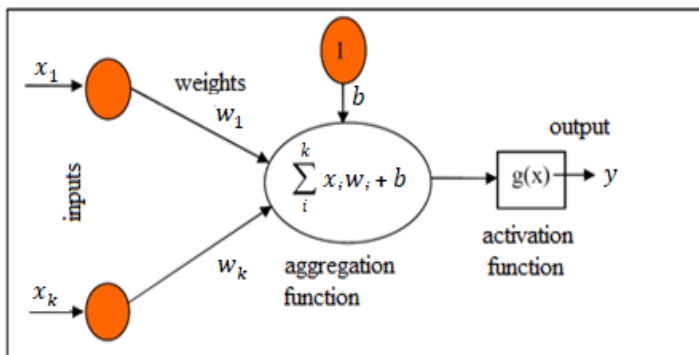


Figure 1. Structure of an Artificial Neural Basic Cell

An artificial nerve cell consists basically of five parts: inputs, weights, aggregation function, activation function and output. Inputs are the data taken inside the artificial neural cell from outside. Weights are the values that indicate the importance of information that comes to an artificial cell and their impact on the cell. The aggregation function is a function that calculates the net input to a cell. Activation (transfer) functions are also called learning curves. Activation functions allow ANN to limit the output amplitude of the neuron to the desired values. The output are the values obtained from the transfer function (Arıkan Kargı, 2015), (Oztemel, 2015). Artificial nerve cells come together to form ANN. Generally, cells form a network by combining three layers (input layer, intermediate / hidden layers, output layer) and in parallel within each layer (Oztemel, 2015). An **input layer** is a unit that receives inputs from the outside and transmits them to the next layer without performing any operation. **Intermediate layers** are layers that allow the data coming from the input layer to be processed and transferred to the output layer. The **output layer** is the layer at the edge of the network. It is the layer that contains the neurons that output from the hidden layer to the outside or to another network by functioning with the function that the network uses (Arıkan Kargı, 2015). The **multi-layer network model** is a typical network that consists of several layers of interconnected neurons. It is the most well-known artificial neural network model which finds wide application areas due to the solutions of nonlinear problems they produce. Multilayer networks are successfully applied to problems that require classification, prediction, recognition and generalization using the backpropagation algorithm. According to the learning algorithm used, the error between the net output and the desired output is propagated backwards again, changing the net weights until the error reaches a minimum threshold. In this way, it is ensured that the input data defined in the system reaches to the most appropriate solution and given out as output from the system. The multi-layer artificial neural network model has various learning algorithms. The algorithms chosen for network design are entirely at the discretion of the user. However, the Levenberg-Marquardt algorithm, which has a low convergence rate and a high risk of captured by local minimum, is known as the most used and best-performing algorithm. The Levenberg-Marquardt algorithm is a combination of the best features of Gauss-Newton and step-reduction algorithms and a highly sensitive technique based on the first-order derivative (Hessian) approach. This learning algorithm has the feature of rapid learning and good convergence (Zhang, Patuwo, & Michael, 1998).

2. Identification of The Problem and The Method Applied

2.1. Identification of the Problem and Purpose

The Company where the application is made is one of Turkey's leading companies in the global production of jeans. The company makes production in 30,000 m² closed area, with a capacity of 4.3 million pieces of jeans per year. From 4.22 million products produced between 2015-2016, 865.000 have become second quality and / or useless. 739,000 of these poor-quality products occurred at final transactions assembly line. When final transactions assembly line is considered, the most mistakes were made by robot automats in the spraying and sanding process of 518,000 pieces. This error, which occurs in robot automats, causes yarn or fabric bursts in the crotch, side and plier's areas due to the inflated model which can be inflated with compressed air. These explosions can be sent back to the sewing line for repair work, and some of the products are assessed as second quality.

In this study, error / fault prediction was made through ANN in order to prevent explosion in the crotch, side and plier's areas which were formed during the production

of this jeans model, considering the production of standard 5 pocket models produced in a jeans (denim) factory. After the prediction process, it is necessary to prevent the mistakes with high error rate, sewing line with high quality in the sewing line, high resistance of the press and high strength, and sewing only where the explosions will occur. This disrupts the current sewing line balance due to new processes. According to the new situation, there is a problem of balancing the line.

In the study, it is aimed to estimate the crotch, side and dart seam areas error rates which are higher than 5% in jeans production and to reduce the existing errors to 2.00% by adding sewing process added to the assembly line after estimation.

3. Method

Levenberg-Marquardt Learning Algorithm which is a Multi-Layer Network model and Probabilistic Line Balancing Method in sewing line balancing are used in predicting error rate.

3.1. Levenberg - Marquardt Learning Algorithm

The Levenberg-Marquardt learning algorithm consists of two phases that calculate the output of the network and calculate "forward" and "backward" by changing the weights. The Levenberg-Marquardt (LM) application process for a single hidden layer and forward feed multi-layer network is described below.

Step 1: Samples are collected, initial values of weights are assigned randomly after the determination of topological structure of the network and learning parameters.

Step 2: Repeat steps 3 to 9 until the necessary condition is met to finish the training.

Step 3: In order to calculate the net weights for each training cluster data, transactions between steps 4 to 8 are applied.

Forward Calculation:

Step 4: It begins by showing the inputs to the input layer of network (G1, G2, ...) from a sample selected from the training set. Inputs are forwarded to the intermediate layer without any processing. The output of the k. neuron at input layer is in the form $\zeta_k^I = G_k$.

Step 5: Each input to the neurons in the hidden layer is multiplied by weights $\{w_1, w_2, \dots, w_n\}$ and the net input is calculated as:

$$NET^a_j = \sum_{k=1}^n w_{kj} \zeta_k^I \quad (1)$$

w_{kj} : it indicates the weight value that connects the k. input layer unit to j. hidden layer unit.

When the sigmoid function (a derivable function) is used as the activation function, the output is as given below. β_j in this equation is the weight of threshold value for j. unit at hidden layer.

$$\zeta_j^a = \frac{1}{1 + e^{-(NET_j^a + \beta_j^a)}} \quad (2)$$

These calculations are made in all neurons, and finally the output values for the output layer are found and the forward calculation phase ends (Karacameydan, 2009).

Backward Calculation:

The first step to renew the weights is to obtain the Hessian matrix. The Hessian matrix is formed by taking second grades derivatives according to performance weights.

$$h = \begin{bmatrix} \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_1^2} & \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_1 \partial w_2} & \dots & \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_1 \partial w_n} \\ \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_2 \partial w_1} & \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_2^2} & \dots & \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_2 \partial w_n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_n \partial w_1} & \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_n \partial w_2} & \dots & \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w_n^2} \end{bmatrix} \quad (3)$$

h = Hessian matrix

p = Performance function

w = Synaptic weight of network

m = Number of steps

and the Hessian function is as follows.

$$h(m) = \frac{\partial^2 P(m)}{\partial w^2(m-1)} \quad (4)$$

Computation of the Hessian matrix is difficult for artificial neural networks. For this reason, the Levenberg-Marquardt algorithm uses the approximate value of the Gauss-Newton matrix and gives the approximate value of the Hessian matrix.

$$h(m) \approx J^T(m) J(m) + \mu I \quad (5)$$

J(m) = Jacobian matrix

J^T(m) = Inverse jacobian matrix

I = Unit matrix

m = Number of steps

μ = Marquardt parameter.

The Jacobian matrix is preferred because it is easier to calculate than the Hessian matrix. It consists of first derivatives according to weights of network faults. The Jacobian matrix is defined as follows.

$$J = \begin{bmatrix} \frac{\partial e_1}{\partial w_1} & \frac{\partial e_1}{\partial w_2} & \dots & \frac{\partial e_1}{\partial w_n} \\ \frac{\partial e_2}{\partial w_1} & \frac{\partial e_2}{\partial w_2} & \dots & \frac{\partial e_2}{\partial w_n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \frac{\partial e_l}{\partial w_1} & \frac{\partial e_l}{\partial w_2} & \dots & \frac{\partial e_l}{\partial w_n} \end{bmatrix} \quad (6)$$

e = the gradient of the network with error value is obtained by the following equation;

$$G(m) = J^T(m) E(m) \quad (7)$$

The weight change correlation for the **LM algorithm** is:

$$a(m+1) = a(m) - [J^T(m) J(m) + \mu I]^{-1} J^T(m) E(m) \quad (8)$$

In this method;

First Rule: If μ is zero, the Newton algorithm based on the Hessian matrix is used.

Second Rule: If μ is a big number, a small step weight gradient reduction algorithm is used (Deveci, 2012).

These operations are repeated until the optimum weights are reached (until the stop criterion is reached).

The steps of recalculating the LM algorithm can be briefly summarized as follows:

Step 6: Calculate the Jacobian matrix and the gradient of the network,

Step 7: Find the Hessian matrix and calculate the μ value using Hessian. If $\mu = 0$, use the newton algorithm, if $\mu > 0$, use the network gradient,

Step 8: Change the weights,

Step 9: Continue with the repeating transaction until the stop criterion is obtained.

3.2. Probabilistic Line Balancing Method

The statistical distribution of task periods in the Probabilistic Line Balancing method is unknown, only μ average and σ standard deviation values are known. This is referred to as Stochastic situation. The compliance of duration of the task (t_i); to a normal distribution with μ average and σ standard deviation also provides the Probabilistic status. In this case, the P (preliminary items) and F (a priori items) matrices of the processes involved in an assembly line production process are generated by using the work flow priority diagrams related to the process. P Matrix contains the transactions performed before the transaction / task, and F Matrix contains the transactions to be performed after the task. After the matrices are generated in this way, the transactions will begin, and the following steps will apply:

Step 1: The rows of the matrix P that contain only zeros will be taken. If this is the case for more than one lines, the task element with the longest duration is selected (each row corresponds to one task element / transaction). This task element is assigned to the work station if the time is appropriate.

Step 2: If the selected task element is assigned, then one will go to F matrix line that has the same line number with this line and the numbers in this line will be obtained; then there will be a return to P matrix, and 0 (zero) values will be written instead of the latest assigned task element among the primary elements in P matrix and the transaction in step 1 will be repeated for the new situation. If not assigned, return to step 1 to either open a new station or select a new task element.

Step 3: By adhering to ($E_{\max} t_i \leq T \leq C$) limitation, steps 1 and 2 will continue until all lines in P matrix are used (T: Work Station Duration, C: Cycle Duration).

By adhering to this transaction alignment, transactions begin to be assigned to the stations.

Step 4: By using the "If two independent random variables comply with the normal distribution with μ_1 and μ_2 average, σ_1^2 and σ_2^2 variance respectively, then their aggregate will comply with $(\mu_1 + \mu_2)$ average and $(\sigma_1^2 + \sigma_2^2)$ variance normal distribution" theorem; if there are two work elements to assign at one station, when the first work element is assigned, the probability of station duration not exceeding the cycle duration will be calculated and this will be compared with the probability of the station duration not exceeding the cycle duration when the second work element is assigned to the station.

Step 5: Using the z value calculated through the following equation, the value of P ($T \leq C$) is read from the normal distribution table. If this probability is smaller than the predetermined probability, this operation is assigned to the station and a value P($T \leq C$) is calculated for a second operation. This probability continues to be assigned to the station until it exceeds the 0.80 Reliability Grade value. (Here, high-priority transactions are given priority as much as possible). These calculations continue until all transactions are

assigned to stations (Baskak, Kalaoglu, & Eryuruk, 2011), (Eryuruk, Baskak, & Kalaoglu, 2008), (Eryuruk, 2005).

$$z = \frac{T - C}{\sigma_{\text{station}}} \quad (9)$$

4. Research and Findings

In this chapter, in order to determine whether the sewing of additional operations (crotch, side and dart seam) should be done by using the error ratio estimation process and prediction results with ANN by using Levenberg-Marquardt Algorithm in the production of standard 5 pocket models in denim pants factory and the results of performing the probabilistic line balancing are provided in the table below.

4.1. Research and Findings on Error Rate Estimation

Data realized during the production of the business subject to the application study between January 2016 and December 2016 are used in order to predict the crotch, side and dart seam bursts that occur in robot automats. MATLAB R2015b program is used for error rate estimation.

Variables causing fault; the inputs are indicated by X and the unwashed thickness of the fabric in oz / yd² is indicated by X₁ (the weight in ounces of the fabric in 1 yard² area), washed thickness of the fabric in oz/yd² is indicated by X₂, warp pull percentage is indicated by X₃, muffler pull percentage is indicated by X₄, warp tear endurance in grf unit is indicated by X₅, muffler tear endurance in grf unit (gram force) is indicated by X₆, warp tear endurance in kgf (kilogram force) unit is indicated by X₇, muffler pull endurance in kgf unit is indicated by X₈, elasticity percentage is indicated by X₉, maximum growth percentage is indicated by X₁₀, warp elongation percentage is indicated by X₁₁, cotton percentage in cloth is indicated by X₁₂, woven knitting type is indicated by X₁₃ and yarn denier number is indicated by X₁₄. Y (output) values indicating error percentages are also trained in the network as output values. 308 pieces of network data were transferred from the Excel program to the MATLAB program. Then, 70 % of the data were randomly divided into training data and 30 % as test data and the input and output variables were normalized between -1 and +1 using a linear transformation to the range [a, b] for normalization before data sets were given to the network. The fact that the normalized data is between -1 and +1 affects the transfer function used between layers in models. For this reason, it is preferred to use the hyperbolic **tangent sigmoid function** (tansig) as the transfer function in the generated model. The maximum **number of iterations** (epochs) is taken as 1000 while training is implemented on the program, and parameters are used to stop the iteration when the network learns. This is set to prevent the program to overrun and to reach the conclusion in a short period of time. The performance criterion is the average of error squares, and the objective is to have this value closest to zero or zero. For the learning coefficient, a value between 0 and 1 introduced to the network is the coefficient for accelerating or decreasing the learning process. If this number is close to 1, then the network might learn too much and memorize the structure. Therefore, in the classic nnTool program, the initial value of 0.001 was used. Training transaction is implemented after the model was built.

Immediately after the training, the model was tested to determine the most appropriate model. R, R² and MAPE criterion were used as error performance in

determining the best model. After the model was established, Multilayer Artificial Neural Network model was established for the training of the data. In the input layer of the model, 14 variables are described, and the output error rate is introduced to the network. However, the hidden layer of the network and the number of neurons in this layer are not definite. Timothy Masters (1993) has revealed that having more than one hidden layer does not help in practice and slows learning. For this reason, the number of hidden layers is taken as 1. To determine how many hidden neurons are in the hidden layer, this layer was given 1 to 20 neurons and each model was trained 20 times to try to determine the best model. The largest R value is 0.9451 and the R² value is 0.8933. Smallest MAPE value is 0.0367. As line 6 has these values, the result was reached as that neuron number to be 6. Therefore, the most suitable model is selected as the 14-6-1 network structure model and the network training process is completed. The 30 % test data that had previously been separated and never defined to the network was used to measure whether the network learned as a result of the network training completion. In this model for error rate estimation, R = 0.9651 in the training data and R = 0.9451 in the test data. These results indicate that the estimate of 96.55 % for training data and 94.51 % for testing is correct. At the same time, Table 2 shows the actual values of the test data, which are set to estimate the error rate, and the estimated values in the network after the machine learning has taken place. When the table is examined, it is seen that the estimated values are clearly like the actual values. In this case it also shows that the network established is successful and that it can also succeed in a real estimation process.

ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER	ER
,522	,7	,002	,8	,206	,4	,180	,55	,128	,1	,949	,45	
,978		,993	,95	,496	,75	,442	,95	,174	,1	,98	,9	
,925	,25	,563	,35	,831	,5	,106	,2	,220		,612	,55	
,707	,9	,012	,4	,242	,8	,209	,5	,257		,832	,6	
,946		,406	,1	,190	,4	,01	,5	,377	,65	,461	,45	
,008	,5	,542	,45	,56	,7	,358	,7	,581	,55	,404	,6	
,651	,6	,367	,25	,034	,2	,142	,7	,991	,9	,764		
,371	,35	,492	,05	,011	,8	,912	,6	,040	,05	,572	,6	
,371	,35	,717	,8	,726	,7	,275	,5	,963	,9	,415	,3	
,415	,5	,724	,8	,713	,7	,591	,6	,802	,7	,222	,95	
,740	,7	,862	,95	,501	,85	,938		,740	,5	,017		
,989	,2	,194		,737	,7	,191	,15	,099		,218	,8	
,992	,05	,391	,45	,677	,7	,718	,8	,213	,05	,242	,15	
,534	,5	,612	,65	,011	,95	,107	,1	,01	,95	,659	,25	

Table 2 Actual Error Rates (AER) Used as Test Data and Estimated Error Rates (EER) Produced

In adapting the forecasting process, error rate estimation for 2 production orders arrived in January 2017, followed by additional processing of denim models with error rates greater than 5 %. Line balancing was done in order to re-balance the new line formed in the model with additional operation. The 2 incoming orders are standard 5-pocket jeans and the number of units to be produced is 10,000. The input data to be presented to the prediction file is as indicated in Table 3.

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄
1st jeans model	8,52	9,86	-3,6	-15	3000	2000	55	25	60	5	0	89	0	120
2nd jeans model	9,44	9,76	-2,3	-4,7	6250	5400	75	65	30	30	30	75,5	1	50

Table 3. Data of Models for Which Prediction Transaction will be Implemented

The estimated error value of the first jeans model was found to be 5.4923 % when the predicted data were run on the previously designed network. The estimated error estimate for the second jeans model was found to be 2,5010 %. In this case, it was decided to apply the crotch, side and dart seam additional sewing and line stabilization work in the first jeans model that is outside the 95 % confidence limits (Tahsin, 2017).

4.2. Sewing Line Balancing with Probabilistic Line Balancing Method

The technological priority diagram for the production process of the first jeans model is given in Fig.2. As indicated in the figure, the production process in the jeans production line consists of 57 processes and workstations including front preparation, front group, rear preparation, rear group, assembly input and assembly output operation groups before the improvement works. P and F matrix is generated by using Figure 2. These matrices created and their task numbers, operations performed, standard task durations, standard deviation values are given in Table 3. On the other hand, the crotch, side and dart seam strengthening, which is the improvement transaction to eliminate the problem of faulty production, is placed between the transactions 54 and 55 in the line "Additional Operation" in Table 4. The aim of this placement is to ensure that the reinforcement is done after the assembly of the denim parts with the machines and that the newly added transaction is prior to the manual operation such as quality control, cleaning, so that this placement is more beneficial for balancing the line. After the P and F matrices are arranged according to the order of precedence, it is necessary to find the cycle duration and the minimum number of stations.

C = T (total time worked in one day) / US (total number to be produced in one day)

It is planned to sew 10.000 products of jeans with 5 pockets in 9,5 days. In this case, the amount to be produced per day is 1053. The total working hours in a day is 9 hours, i.e. 540 minutes.

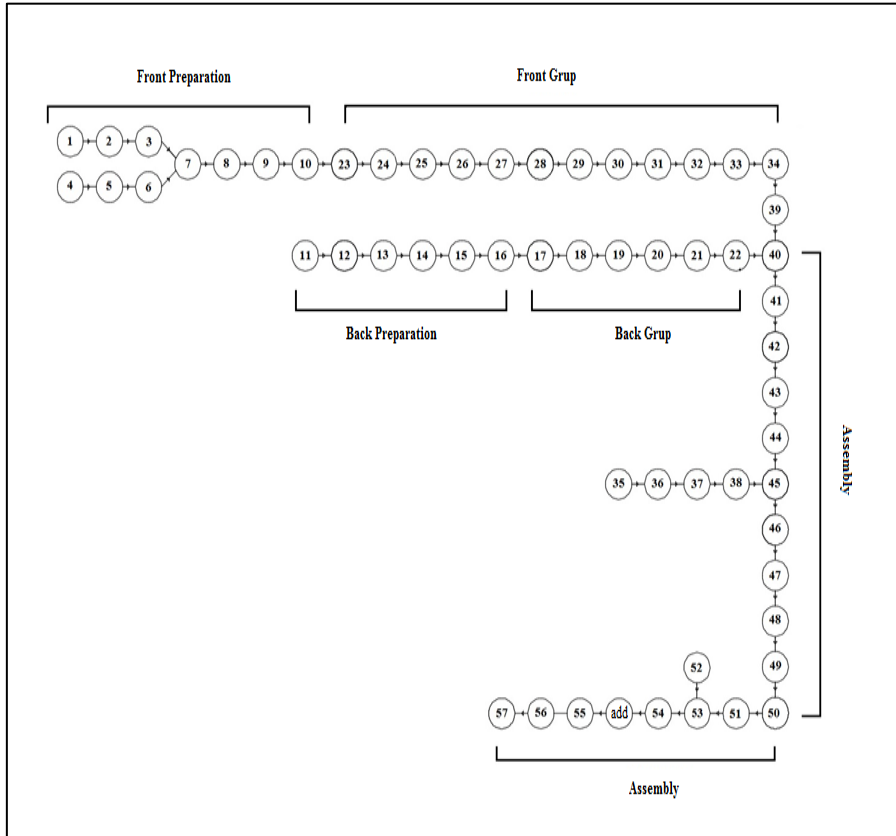
Cycle duration is (C) = 540/1053 = 0.5128 ≈ 0.52 min.

The minimum number of stations (n_{\min}) and total time of work ($\sum t_i$);

$$N_{\min} = \lceil \sum t_i / C \rceil = 12,74 / 0,52 = 24,5 \approx 25. \quad (10)$$

Processes were assigned to the work stations by continuing with the Probabilistic Line Balancing Method given above and the assignment results are given in Table 5.

Figure 2. Priority Diagram for First Jeans Model



Op. No	Operations	Op. Times (min.)	Standard Deviation	P Matrix	F Matrix
1	Fly overlock (Left)	0,06	0,0085	0 0 0	2 0 0
2	Fly overlock (Right +reversing)	0,11	0,0156	1 0 0	3 0 0
3	Front center overlocks (x1)	0,09	0,013	2 0 0	7 0 0
4	Coin pocket bending (right)	0,09	0,013	0 0 0	5 0 0
5	Pressing coin pocket (right)	0,26	0,0371	4 0 0	6 0 0
6	Coin pocket bartacking	0,12	0,0171	5 0 0	7 0 0
7	Stitching coin pocket to front pocket facing	0,06	0,0085	3 6 0	8 0 0
8	Stitching front pocket to front side (x2)	0,17	0,0241	7 0 0	9 0 0
9	Front pocket bag bagging + topstitch (x2)	0,23	0,0126	8 0 0	10 0 0
10	Front pocket bag reinforcement + edge St. x2	0,27	0,0145	9 0 0	23 0 0
11	Back pocket location mark (x2)	0,15	0,0016	0 0 0	12 0 0
12	Back pocket hem bending (x2)	0,06	0,0007	11 0 0	13 0 0

13	Back pocket fancy seam	0,10	0,0012	12 0 0	14 0 0
14	Back pocket stitching (x2)	0,45	0,0051	13 0 0	15 0 0
15	Back pocket press	0,40	0,0047	14 0 0	16 0 0
16	Back pocket assembling (x2)	0,49	0,0054	15 0 0	17 0 0
17	Yoke assembling (x2)	0,27	0,0031	16 0 0	18 0 0
18	Back panel stitching (x2)	0,36	0,0042	17 0 0	19 0 0
19	Back panel overlock (x2)	0,27	0,0031	18 0 0	20 0 0
20	Yoke top stitch (x2)	0,11	0,0012	19 0 0	21 0 0
21	Back center stitching	0,20	0,0023	20 0 0	22 0 0
22	Back top stitch	0,15	0,0016	21 0 0	40 0 0
23	Fly overlock +assembling and lock stitch	0,25	0,0028	10 0 0	24 0 0
24	Fly zipper signing	0,18	0,002	23 0 0	25 0 0
25	Fly top stitch	0,20	0,0023	24 0 0	26 0 0
26	Front pocket binding seam (x2)	0,30	0,0035	25 0 0	27 0 0
27	Front pocket safe stitching (x2)	0,32	0,0038	26 0 0	28 0 0
28	Assembling the wash label	0,19	0,0019	27 0 0	29 0 0
29	Fly's zipper safe stitch	0,20	0,0023	28 0 0	30 0 0
30	Front assembling	0,27	0,0031	29 0 0	31 0 0
31	Flont center stitching	0,25	0,0028	30 0 0	32 0 0
32	Front bartacking (x2)	0,16	0,0019	31 0 0	33 0 0
33	Front panel stitching (x2)	0,29	0,0031	32 0 0	34 0 0
34	Front panel overlok (x2)	0,22	0,0027	33 0 0	39 0 0
35	Waistband preparing	0,15	0,0016	0 0 0	36 0 0
36	Waistband's filling matarials cuts(x2)	0,12	0,0015	35 0 0	37 0 0
37	Matarials stitching	0,07	0,0008	36 0 0	38 0 0
38	Matarials assembling	0,16	0,0019	37 0 0	45 0 0
39	Front fly topstitches	0,11	0,0012	34 0 0	40 0 0
40	Front and back panel assembling	0,04	0,0005	22 39 0	41 0 0
41	Inside leg center stitch	0,33	0,0035	40 0 0	42 0 0
42	Leg center top stitch	0,18	0,002	41 0 0	43 0 0
43	Side overlock	0,45	0,0051	42 0 0	44 0 0
44	Side edge stitch	0,40	0,0047	43 0 0	45 0 0
45	Waistband sign	0,18	0,002	44 38 0	46 0 0
46	Waistband assembling	0,32	0,0038	45 0 0	47 0 0
47	Waistband edge and inside cleaning	0,34	0,0039	46 0 0	48 0 0
48	Waistband edge unseaming	0,35	0,0039	47 0 0	49 0 0
49	Waistband edge stitching	0,40	0,0047	48 0 0	50 0 0
50	Turning inside out of trousers	0,30	0,0035	49 0 0	51 0 0
51	Leg bending	0,37	0,0043	50 0 0	53 0 0
52	Waistband loop preparing	0,07	0,0008	0 0 0	53 0 0
53	Waistband loop assembling	0,24	0,0028	52 0 0	54 0 0
54	Waistband loop side bending (x2)	0,20	0,0023	53 0 0	Add 0 0
Add. Op.	Crotch, side and dart seam areas strengthening	0,15	0,0016	54 0 0	55 0 0
55	Quality control	0,26	0,0031	Add 0 0	56 0 0
56	Fabric and yarn cleaning	0,16	0,0019	55 0 0	57 0 0
57	Waistband buttonhole	0,09	0,0008	56 0 0	0 0 0
Total		12,74			

Table 4. Probabilistic Line Balancing Data for First Jeans Model

Stations No (k)	Op. No (i)	t_i	T_k	Idle Time	
1	1	0,06	0,49	0,03	
	2	0,11			
	3	0,09			
	7	0,06			
	8	0,17			
2	4	0,09	0,47	0,05	
	5	0,26			
	6	0,12			
3	9	0,23	0,5	0,02	
	10	0,27			
4	23	0,25	0,43	0,09	
	24	0,18			
5	25	0,2	0,5	0,02	
	26	0,3			
6	27	0,32	0,51	0,01	
	28	0,19			
7	29	0,2	0,47	0,05	
	30	0,27			
8	31	0,25	0,41	0,11	
	32	0,16			
9	33	0,29	0,51	0,01	
	34	0,22			
10	39	0,11	0,5	0,02	
	40	0,04			
	21	0,2			
	22	0,15			
11	11	0,15	0,31	0,21	
	12	0,06			
	13	0,1			
12	14	0,45	0,45	0,07	
	13	15	0,4	0,4	0,12
	14	16	0,49	0,49	0,03
15_16	17	0,27	1,01	0,03	
	18	0,36			
	19	0,27			
	20	0,11			
17	41	0,33	0,51	0,01	
	42	0,18			
18	43	0,45	0,45	0,07	
19	44	0,4	0,4	0,12	
20	45	0,18	0,5	0,02	
	46	0,32			
21	35	0,15	0,5	0,02	
	36	0,12			
	37	0,07			
	38	0,16			
22	47	0,34	0,34	0,18	

23	48	0,35	0,35	0,17
24	49	0,4	0,4	0,12
25	50	0,3	0,3	0,22
26	51	0,37	0,37	0,15
27	52	0,07	0,51	0,01
	53	0,24		
	54	0,2		
28	Add	0,15	0,41	0,11
	55	0,26		
29	56	0,16	0,25	0,27
	57	0,09		

Table 5. Probabilistic Line Balancing Results for First Jeans Model

In an Assembly Line problem solution, it is expected to have minimum loss of Balance and high rates of line efficiency. With the establishment of 29 stations as a result of Probabilistic Line Balancing, the line is balanced and the total idle time at stations is 2.34 min.

$$LB (\%) = \frac{[(n \times C) - \sum ES_i]}{n \times C} \times 100 \quad (11)$$

$$LB (\%) = \frac{[(29 \times 0,52) - 12,74]}{29 \times 0,52} \times 100 = \% 15,5 \quad (12)$$

$$LE(\%) = \frac{\sum ES_i}{n \times C} \times 100 = \frac{12,74}{29 \times 0,52} \times 100 = \% 84,5 \quad (13)$$

5. Conclusion and Evaluation

Prediction is a process of estimating what will happen in the future, and those processes are not final. However, all administrative and production decisions and plans are based on forward-looking predictions. This aspect allows for the estimation of future uncertainties, especially for manufacturing companies, to produce better quality, more functional and more profiting products. Prediction of errors of newly produced products with the help of data of products produced in the past makes production easier to intervene beforehand. Improving the processes by focusing on the product with the higher error rate will produce more products, lower the cost, increase the productivity and profitability. The more balanced and efficient the line at the end of the Probabilistic Line Balancing allows for more products to be manufactured in a shorter time and thus the cost of production can be reduced. The fact that idle periods are reduced to a minimum and distributed uniformly ensures equal distribution of workers workloads. This means that production is continuous, and the production period is kept stable and balanced.

In the study, it is aimed to estimate the crotch, side and dart seam areas error rates which are higher than 5% in jeans production and to reduce the existing errors to 2.00% by adding sewing process added to the assembly line after estimation. When the artificial neural network designed for forecasting is run, the estimated error value of line balancing for the jeans model is found to be 5.4923. It is known that after the production of the first denim model in the current production line with the current production process the crotch, side and dart seam areas error rate is 5.70%. In this case, when the test data taken

for the performance criterion and post-production error rates are examined, it is seen that the artificial neural network works well, and its performance is high. Due to the addition of new sewing operations, the existing line will be out of balance and the production line will have to be re-balanced. According to the literature, in assembly line balancing exercises where priority relations such as sewing lines are present and manual or machine operations are very, the probabilistic line balancing method is slightly less efficient than other methods used for solving such problems, but it allows work items to be precisely assigned to workstations (Eryuruk, Baskak, & Kalaoglu, 2008), (Baskak, Kalaoglu, & Eryuruk, 2011). The line balancing used previously for the 5 pocket models of the company is again made with the probabilistic method and the balance loss is 13.6% and the line efficiency is 86.4%. In the new production line balanced by the probabilistic line balancing method, the equilibrium loss is 15.5% and the line efficiency is 84.5%. According to the previous production line, the new line efficiency appears to be about 1.9% lower. This shows that while the line balancing process does not re-balance the line, the additional operations distort the line balance very little. However, this addition, which will provide better quality jeans production and prevent customer complaints and losses, will not be a significant cost loss and it is obvious that this loss will be very little when compared with the alternative costs that will arise from possible customer losses. As a matter of fact, the next 1000 pieces of the first denim model made with the corrected production process by applying the sewing operation to the crotch, side and dart seam areas were tested in order production process. And it has been determined that there are 18 cases of explosion. Accordingly, an error rate of 1.8% achieved less than the target value 2%. However, the error rate in the previous production process is 5.7%, which means that the number of defective products in 1000 production is 57. Monthly production is about 10,000 pieces.

	Current Production Process	Improved Production Process
The actual error rate (%)	5,7	1,8
Estimated error rate with ANN (%)	5,4923	-
Loss of balance in production line (%)	13,6	15,5
Line Efficiency in production line (%)	86,4	84,5
Total time for one product (min.)	12,59	12,74
Number of operations	57	58
Number of stations	28	29
Idle time for one product (min).	1,97	2,34
Monthly number of defective products	570	180
Monthly loss (Unit cost price 12.5 Euro)	7.125 Euro	2.250 Euro

Table 6. Current and Improved Production Process Results Comparison Table.

As a result, this study, which is based on error estimation with artificial neural networks, results in a decrease in error rate and costs, resulting in an increase in production efficiency. As a matter of fact, as summarized in Table 6, the total process time,

the number of processes, the number of stations, the idle time and the balance loss for a product in the improved production process increase at a small rate, but the number of defective products and the number of defective products decrease. Using the improved production cycle of the first denim model, a reduction of 390 units, which will be achieved in about a month, will provide a cost reduction of € 4.875. Although the additional processing time leads to the production of about 198 fewer products per month, the increase in quality provided by production will lead to higher quality image and increase in potential sales. On the other hand, if the work is applied to other products of the company, the cost reductions to be provided will be much higher.

REFERENCES

- ANDERSON, D., MCNEILL, G. (1992). Artificial Neural Networks Technology, New York: Kaman Science Corporation.
- ARIKAN KARGI, V. S. (2015). Yapay Sinir Ağ Modelleri ve Bir Tekstil Firmasında Uygulama. Bursa: Ekin Yayınevi.
- BASKAK, M., KALAOGLU, F. ve ERYÜRÜK, S. H. (2011). Konfeksiyon Üretiminde İstatistiksel Yöntemle Montaj Hattı Dengeleme. *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*. 21.(1), 65-71.
- DEVECI, M. (2012). Yapay Sinir Ağları ve Bekleme Süresinin Tahmininde Kullanılması. (MSc Thesis). Ankara: Gazi University.
- EL-SAYED, E.A. and BOUCHER, T.O. (1985). Analysis and Control of Production Systems, Prentice Hall Inc., New Jersey.
- ERYURUK, S. H. (2005). Bir Konfeksiyon İşletmesinde Montaj Hattı Dengeleme. (MSc Thesis) İstanbul Teknik University.
- ERYURUK, S. H. BASKAK, M. ve KALAOGLU, F. (2008). Assembly Line Balancing in a Clothing Company. *FIBRES and TEXTILES in Eastern Europe*. 16(1), 66.
- KARACAMEYDAN, F. (2009). Yatırım Fonları Net Varlık Değerlerinin Yapay Sinir Ağları Yöntemiyle Tahmin Edilmesi (MSc Thesis). Bozok University.
- MASTERS, T. (1993). Practical Neural Network Recipes in C++, 1th ed., Toronto: Academic Press.
- OZDEMIR H. (2013). Yapay Sinir Ağları ve Dokuma Teknolojisinde Kullanımı, *Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi*. 7.(1), 51-68
- OZTEMEL, E. (2015). Yapay Sinir Ağları, 3. Baskı, İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- SAGIROGLU, S., BESDOK, E. ve ERLER, M. (2003). Mühendislikte Yapay Zekâ Uygulamaları-1, Kayseri: Ufuk Yayıncılık.
- TAHSIN, A. (2017). Montaj Hattı Sistemlerinin Yapay Sinir Ağları ile Çözülerek Hat Dengelenmesi ve Uygulama. (MSc Thesis). İstanbul Arel University.
- TERENCE, F. L. (1999). Feedforward Neural Network Methodology. New York: Springer-Verlag Inc.
- ZHANG, G.; PATUWO, B. E. ve MICHAEL Y. H. (1998). Forecasting with Artificial Neural Networks, The State of the Art. *International Journal of Forecasting*. 14, 35-62.

Özet

Tahmin, gelecekte ne olacağını tahmin etme sürecidir ve bu işlemler nihai değildir. Ancak, tüm idari ve üretim kararları ve planları ileriye dönük tahminlere dayanmaktadır. Bu özellikle imalat şirketleri için daha iyi kalitede, daha işlevsel ve daha kârlı ürünler üretmek için gelecekteki belirsizliklerin tahminine olanak sağlamaktadır. Geçmişte üretilen

ürünlerin verileriyle yeni üretilen ürünlerin hatalarının önceden tahmin edilmesi, üretime önceden müdahale edilmesini kolaylaştırır. Prosesleri daha yüksek hata oranına sahip ürüne odaklanarak geliştirmek daha fazla ürün üretecek, maliyeti düşürecek, verimliliği ve karlılığı artıracaktır. Çalışmada hata oranı tahmini, mevcut hatta hataları yerinde yok etmek amaçlı yapılan iyileştirme çalışmasının, hangi kot (denim) modellerinde uygulanması gerektiği ile ilgili bilgiler vermektedir. Montaj hattı dengelemede ise tahmin işlemi sonrası iyileştirme çalışmasının etkisiyle, dengesi bozulan hattın yeniden dengelenmesi hedeflenmiştir. Yapılan uygulama çalışması sonucunda, seçilen beş cepli değişik iki kot modeli için Yapay sinir ağları ile hata tahmin işlemi gerçekleştirilmiş ve bu tahminlere dayalı olarak Probabilistik Hat Dengeleme yöntemiyle iş öğelerinin, iş istasyonlarına hassas ve güvenilir bir biçimde atanması sağlanmıştır. Aynı zamanda Probabilistik Hat Dengeleme yönteminin kullanılmasıyla hattın daha dengeli ve etkin olması, daha kısa sürede daha çok ürün ortaya çıkarılabilmesine ve buna bağlı olarak üretim maliyetinin düşmesine olanak sağlamaktadır. Boş sürelerin, en aza indirilip düzgün bir şekilde dağılması sayesinde de işçilerin çalışma yüklerinin eşit dağılması sağlanmaktadır. Bu da üretimin sürekli ve üretim süresinin kararlı ve dengeli tutulması anlamına gelmektedir.

Uygulamada, kot pantolon üretiminde % 5'ten daha yüksek olan Ağ, yan ve pens dikiş alanları hata oranlarının tahmin edilmesi ve tahmin sonrası montaj hattına eklenen dikiş işleminin eklenmesiyle, mevcut hataların % 2,00'e düşürülmesi amaçlanmıştır. Tahmin için tasarlanan yapay sinir ağı çalıştırıldığında, kot modeli için hat dengelemesinin tahmini hata değeri % 5.4923 olarak bulunmuştur. Mevcut üretim hattında ilk denim modelinin mevcut üretim prosesiyle üretilmesinden sonra Ağ, yan ve pens dikiş alanları hata oranının % 5,70 olduğu bilinmektedir. Bu durumda performans kriteri için alınan test verileri ve üretim sonrası hata oranları incelendiğinde, yapay sinir ağının iyi çalıştığı ve performansının yüksek olduğu görülmektedir. Yeni dikiş işlemlerinin eklenmesiyle mevcut hattın dengesi bozulmuş ve üretim hattı yeniden dengelenmek zorunda kalmıştır. Literatüre göre, dikiş hatları gibi öncelikli ilişkilerin mevcut olduğu ve manuel veya makine işlemlerinin çok olduğu montaj hattı dengeleme alıştırılmalarında, Probabilistik hat dengeleme yönteminin bu tür problemleri çözmek için kullanılan diğer yöntemlerden biraz daha az etkili, ancak iş istasyonlarına iş öğelerinin düzgün olarak atanmasına izin veren bir yöntem olduğu ve güvenilir sonuçlar elde edildiğini ispatlamışlardır. Uygulama yapılan şirkette mevcut 5 cepli modeller için kullanılan hatta denge kaybı 13,6 % ve hat etkinliği 86,4 %'tür. Probabilistik hat dengeleme sonuçları kıyaslandığında, hat etkinliğinin yaklaşık 1,9 % oranda güncel hat sıralamasına göre daha düşük olduğunu göstermektedir. Bu da hat dengeleme işleminde hattın yeniden dengelemesine karşın ek işlemlerin hattın dengesini çok küçük oranda bozduğunu göstermektedir. Ancak daha kaliteli kot üretimi sağlayacak, müşteri şikayetleri ve kayıplarını önleyecek şekilde yapılan bu eklemeye önemli bir maliyet kaybı yaşanmayacağı gibi bu kaybın olası müşteri kayıplarından kaynaklanacak alternatif maliyetlerinin yanında çok küçük kalacağı açıktır. Nitekim ağ, yan ve pens bölgelerine dikim işlemi uygulanarak düzeltilmiş üretim süreci ile yapılan daha sonraki 1000 adetlik birinci kot modeli sipariş üretiminde süreç test edilmiş ve 18 adette patlama olduğu tespit edilmiştir. Kısacası, % 1,8'lik bir hata oranı elde edilerek % 2'den daha düşük bir hedef değere ulaşılmıştır. Bununla birlikte, önceki üretim sürecinde gerçekleşen hata oranı % 5.7'dir, bu da 1000 üretimdeki hatalı ürün sayısının 57 olduğu anlamına gelir. Aylık üretim yaklaşık 10.000 adettir. Sonuç olarak, yapay sinir ağları ile hata tahminine dayanan bu çalışma maliyetlerde düşüşe neden olarak üretim verimliliğinde artışa neden olmaktadır. İlk denim modeli için geliştirilen üretim döngüsünü kullanarak, bir ay içinde elde edilecek 390 birimlik bir azalma, € 4.875 değerinde kazanç sağlar. Her ne kadar ek işlem süresi ayda yaklaşık 198 ürünün daha az üretimine yol açsa da, üretimin kalitenin artması firmanın imajının ve potansiyel satışlarda artışa yol açacaktır. Öte yandan, uygulama şirketin tüm diğer ürünlerine uygulanırsa, genel olarak kazanç çok daha yüksek olacaktır.

Borsa İstanbul'da Takvim Anomalilerinin Varlığının Zaman İçindeki Gelişiminin Analizi*

Durmuş Fatih AYGÜN**, Erdinç ALTAY***

Öz

Etkin Piyasa Hipotezi, finans literatüründe bir süredir geçerliliği tartışılan bir görüş haline gelmiştir. Bu tartışmaların sebeplerinden birinin takvim anomalileri konusunda yapılan çalışmalarda elde edilen bulgular olduğu söylenebilir. İlk çalışmalarda sıkça görülen bu anomaliler, zamanla tespit edilememeye başlanmıştır. Takvim anomalilerinin daha seyrek görülmeye başlaması, akıllara "Piyasalar etkin hale mi geliyor?" sorusunu getirir de bunun cevabı henüz kesin bir şekilde verilebilmiş değildir. Bu çalışmada Haftanın Günü, Hafta Sonu, Ocak Ayı, Yılın Ayı, Ay İçi, Ay Dönüşü ve Tatil Anomalisinin zaman içindeki gelişimi altı farklı Borsa İstanbul endeksi üzerinde araştırılmıştır. 03.01.1999–01.01.2019 dönemi beş alt döneme ayrılarak incelenmiş, Borsa İstanbul'da ilk alt dönem olan 1999–2003 döneminde takvim anomalilerinin yoğun olarak görüldüğü, ancak ilerleyen yıllarda varlıklarının önemli ölçüde azaldığına dair bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Finans, Etkin Piyasa Hipotezi, Anomali, Takvim Anomalileri, Anomali testi

Analysing the Evolvement of the Presence of Calendar Anomalies in Borsa Istanbul Over Time

Abstract

The Efficient Market Hypothesis has become controversial in the finance literature for some time. It can be said that one of the reasons for these discussions is the findings reached from the research on calendar anomalies. These anomalies, which were frequently seen in the first studies, began to be undetected over time. The fact that calendar anomalies are seen less often brings to mind the question: "Are the markets becoming efficient?" However, the answer to this question has not been given definitively yet. In this study, the presence of Day of the Week, Weekend, January, Month of the Year, Intra-Month, Turn-of the Month and Holiday anomalies over time were investigated on



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 14.06.2021

Kabul/Accepted: 17.06.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.948710>

* Bu çalışma aşağıda detayları belirtilen yüksek lisans tezinden türetilmiştir: AYGÜN, Durmuş Fatih (2020), "Sermaye Piyasalarındaki Takvim Anomalilerinin Borsa İstanbul'da Test Edilmesi", İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Para, Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul. Tez Danışmanı: Prof. Dr. Erdinç ALTAY.

** Uzman, İstanbul, Türkiye. E-posta: durfataygun@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8909-0086>

*** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü, Finans Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye. E-posta: eraltay@istanbul.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4461-3891>

six different Borsa İstanbul indices. The period of 03.01.1999–01.01.2019 was analysed by dividing it into six sub-periods. The evidence about the presence of calendar anomalies in Borsa İstanbul is reached for the first sub-period, 1999–2003, however their presence is significantly decreased in the following years.

Keywords: Behavioral Finance, Efficient Market Hypothesis, Anomaly, Calendar Anomalies, Anomaly test

1. Giriş

Sermaye piyasalarındaki en önemli hususlardan birisi, şüphesiz ki kaynakların etkin dağılımıdır. Nitekim etkin olmayan piyasalarda yüksek maliyetler görülecek, işleyiş verimsiz hale gelecektir. Piyasaların etkin olmasının mümkün olup olmadığı uzun süredir tartışılırken, Eugene Fama (1970), bu tip etkin bir piyasaya bilgilerin kullanıcılara tam olarak hızlı bir şekilde ulaşması ve finansal varlık fiyatlarına tam olarak yansımaları halinde ulaşabileceğini ifade etmiştir. Finansal piyasalarda yatırımcıların rasyonel kararlar vermeleri, piyasalarla ilgili tüm bilgilere hızlı ve tam olarak ulaşabilmeleri ve bu bilgilerin finansal varlık fiyatlarına tam olarak hızlı bir şekilde yansımaları gibi etkinliği doğuran unsurlar sayesinde piyasalarda normalüstü getirilerin meydana gelmesinin mümkün olamayacağı gibi görüşler, geleneksel olarak nitelendirilen çoğu finans modelinin ortak noktasıdır. Fakat özellikle 1980'li yıllardan sonra yapılan birçok bilimsel araştırma aksi durumların varlığını ortaya koymaya başlamıştır. Tüm yatırımcıların rasyonel saiklerle hareket etmekten ziyade duygularıyla ve sürü güdüsüyle hareket edebildikleri, bilişsel önyargıların ve duygusal faktörlerin rasyonel karar verme süreçlerine engel olabildiği, belirli bazı zamanlarda finansal piyasalarda aşırı kazançların sağlanabildiği, bilgilerin tüm yatırımcılara anında ve sağlıklı bir şekilde ulaşmadığı gibi konular yapılan birçok çalışmada incelenmişlerdir. Bu konuda elde edilen bulgular, Etkin Piyasa Hipotezi'ni eleştirilerin hedefi haline getirmiştir. Çünkü Etkin Piyasa Hipotezi'nin en önemli varsayımlarından bazıları yatırımcıların rasyonel olduğu, riske göre ayarlanmış getirinin üzerinde aşırı getiri sağlanmasının sadece tesadüfi olarak mümkün olması ve bunun belirli kurallara bağlı olmaması nedeniyle varlık fiyatlarına dair herhangi bir tahminde bulunmanın mümkün olmamasıdır. Ancak yapılan çalışmalarla yatırımcıların her zaman rasyonel kararlar vermediklerinin ortaya konulması, piyasalarda normalüstü getirilerin sağlanabilmesi, varlık fiyatlarının önceden tahmin edilebildiğinin tespit edilmesi ve birçok anomalinin görülmesi piyasa etkinliği hipotezinin aleyhine olan gelişmeler olmuştur. Zaman geçtikçe bu tür kanıtlara daha çok ulaşılmış olması, çokça kabul görmüş olan Etkin Piyasa Hipotezi'nin geçerliliğinin sorgulanmasına ve Davranışsal Finans olarak adlandırılan yeni bir alana dikkatlerin çekilmesine yol açmıştır. Davranışsal Finans yazınının psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi farklı bilim dallarıyla birlikte oluşuyor olması, bu yeni alanı daha da ilgi çekici bir konuma getirmiştir.

Etkin Piyasa Hipotezi'nin varsayımı olan getirilerin zamandan bağımsızlığına aykırılığı ifade eden takvim anomalilerine dair ilk bulgular Watchel (1942)'in çalışmasında olduğu gibi bu hipotezin ortaya atılmasından çok öncesinde dayansa da en yoğun çalışmalar De Bont ve Thaler (1985) ve Ariel (1987) gibi araştırmacıların öncülüğünde 1980'lerden itibaren başlamıştır. Farklı ülke borsalarında yapılmaya başlanan bu araştırmalar, 2000'li yılların ortalarına hatta sonlarına kadar takvim anomalilerinin ağırlıklı olarak varlığını ortaya koymuştur. Fakat özellikle 2010 yılından sonraki veriler üzerinde yapılan çalışmalarda takvim anomalilerinin görülme sıklığının azaldığına dair sonuçlar elde edildiği söylenebilir. Bununla birlikte "Piyasalar etkin hale mi geliyor?" gibi sorular gündeme gelmiş, bu sorular da popülerliğini zamanla yitirmeye

başlayan takvim anomalisi çalışmalarına araştırmacıların yeniden dikkat kesilmesine zemin oluşturmuştur. Zhang vd. (2017), takvim anomalilerinin her dönemde ve her piyasada gözlemlenemiyor olmasının başlıca sebeplerinden bazılarının, farklı veri setlerinin ve farklı metotların uygulanması olduğunu ileri sürmüşlerdir. Schwert (2003) ise yatırımcıların anomalilerden yararlanmak için uyguladıkları stratejilerin piyasaları daha etkin hale getiriyor olma olasılığını, anomalilerin ortadan kaybolmasının muhtemel sebeplerinden birisi olabileceğini ileri sürmüştür. Buna karşın Shiller (2003), anomalilerin zaman zaman ortadan kaybolmalarının ya da şekil değiştirmelerinin gayet normal olduğunu, bu durumun piyasaların rasyonel olduklarına dair bir kanıt teşkil edemeyeceğini, bu değişimlerin en irrasyonel piyasalarda dahi görülebileceğini ifade etmektedir.

Bu çalışmada Ocak 1999 – Ocak 2019 dönemi boyunca oluşturulan 5 farklı alt dönemde farklı takvim anomalilerinin altı farklı BİST endeksindeki varlığı araştırılarak zaman içinde anomalilerinin varlığının gelişimi araştırılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmada zayıf şekilde etkinliğin geçerli olmadığını gösteren takvim anomalileri üzerinden Borsa İstanbul'da zayıf şekilde etkinliğin zaman içindeki değişimi araştırılmakta, böylelikle geçmiş fiyat kalıplarının ya da dönemselliklerinin gelecek fiyatları tahmin etme olanağının varlığı incelenmektedir (Kumar ve Jawa, 2017: 145).

Borsa İstanbul üzerine daha önce yapılan birçok takvim anomalisi çalışmasından farklı olarak bu çalışmada çok sayıda takvim anomalisi bir arada altı farklı BİST endeksi üzerinde (XU100, XU50, XU30, XUSIN, XUMAL, XBANK) incelenmiştir. Elde edilen bulguların literatüre paralel bir şekilde, günümüze yaklaştıkça takvim anomalilerinin neredeyse tamamının (özellikle 2014-2018 döneminde) Borsa İstanbul'da ortadan kalkmaya başladığı yönündedir.

Çalışmanın bundan sonraki kısmı şu şekilde organize edilmiştir: ikinci kısımda takvim anomalileri ile ilgili literatür incelendikten sonra üçüncü kısımda bu çalışmada kullanılan veri ve yöntem açıklanacak, dördüncü bölümde ise bulgular sunulacaktır. Beşinci bölüm çalışmanın sonuç kısmıdır.

2. Takvim Anomalileri: Literatür

Etkin Piyasa Hipotezi'ne göre hisse senedi getirileri zamandan tümüyle bağımsızdır ve zaman dilimleri içerisinde getirilerde farklılaşmaların görülmesi mümkün değildir. Benzer bir şekilde geçmişteki getiriler, gelecekteki getirilere referans olamayacak, geçmiş getirilerin sağladığı bilgilere dayalı olarak normalüstü getiri sağlamayacaktır. Fakat yapılan birçok çalışma, bu görüşleri desteklemektedir. Belirli aylarda, dönemlerde, tatil zamanlarında, günlerde diğer zaman dilimlerinden anlamlı bir şekilde farklı getirilerin sürekli olarak elde edilebildiğine dair bulgular mevcuttur. Bu anomaliler başlıca olarak haftanın günü anomalisi, tatil anomalisi, ay içi anomalisi, yılın ay anomalisi ve ay dönüşü anomalisi olarak adlandırılmaktadır.

2.1. Haftanın Günü Anomalisi

Kimi çalışmalarda Hafta Sonu Anomalisi olarak da tanımlanan Haftanın Günü Anomalisi, genellikle istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde Cuma günlerinin pozitif, Pazartesi günlerinin negatif getiri ortalamasına sahip olduğu varsayımıyla literatürde yerini almaktadır. Hafta Sonu Anomalisi, Haftanın Günü Anomalisi'nin farklı bir varyasyonu olarak da tanımlanabilmektedir (French, 1980: 55-69). Fakat bu anomali tek bir formasyona sahip olmayıp Pazartesi veya Cuma günlerinin farklılaşmış getirilere sahip olmamasından herhangi bir günün tek başına diğer günlerden daha fazla getiri

sağlıyor olmasına kadar farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir (Doyle ve Chen, 2009: 1388-1399).

Haftanın Günü Anomalisi, takvim anomalileri arasında en çok çalışılmış anomalilerden biridir. Haftanın Günü Etkisi'yle ilgili ilk çalışmalardan biri Cross (1973) tarafından S&P 500 endeksinin günlük getirilerinin 1953-1970 döneminde incelenmesiyle gerçekleştirilmiş ve bu çalışmada Cuma günlerinin ortalama getirilerinin Pazartesi günlerininine kıyasla daha yüksek olduğuna dair bulgulara ulaşılmıştır. French (1980) ise S&P 500 endeksinde 1953-1977 döneminde Pazartesi günlerinin ortalama getirilerinin diğer dört günün ortalama getirisinden anlamlı bir şekilde negatif ayrıştığını tespit etmiştir. Aynı endeks üzerinde yapılan çalışmalarda Lakonishok ve Levi (1982), Harris (1986), Keim ve Stambaugh (1984), Smirlock ve Stark (1986)'da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Gibbons ve Hess (1981)'in çalışması ise Temmuz 1962 - Aralık 1978 döneminde Dow Jones 30 getirilerinin Pazartesi günleri için negatif olduğuna dair bulguları ortaya koymuştur. Berument ve Kıymaz (2001) göreli olarak S&P 500 ile yaptıkları yeni bir çalışmada, Ocak 1973 - Kasım 1997 döneminde en yüksek getirilerin Çarşamba günleri, en düşük getirilerin ise Pazartesi günleri gerçekleştiğini tespit etmişlerdir. 1900 - 2018 yılları arası Dow Jones verilerini 12 farklı dönemde inceleyen Plastun vd. (2019), 1920-1980 alt döneminde en düşük getiriyi sağlayan günün Pazartesi olduğunu ve 2000 yılına kadarki dönemlerde çoğunlukla haftanın günü etkisinin gözlemlendiğini belirtmişlerdir. Bu çalışmada 2000-2018 yıllarını kapsayan alt dönemlerde haftanın günü etkisinin artık var olmadığını ileri sürmüşlerdir.

ABD borsalarıyla karşılaştırmalı olarak Avustralya, İngiltere, Japonya ve Kanada borsalarını inceleyen Jaffe ve Westerfield (1985)'in çalışmasında haftanın günü etkisi dört ülke borsasında da tespit edilmiştir. Buna göre Avustralya ve Japonya borsalarında en düşük getirilerin Salı günü; ABD, Kanada ve İngiltere borsalarında ise Pazartesi günü gerçekleştiği görülmüştür. En yüksek getiriler ise her ülkede farklılık göstermiş, ABD'de Çarşamba, Avustralya'da Salı, Japonya'da Cumartesi, İngiltere ve Kanada'da ise Cuma günü olarak gözlemlenmiştir.

ABD sermaye piyasası dışında yapılan araştırmalar arasında yer alan Barone (1990)'un çalışması 1975-1989 döneminde Milan borsasını 3 alt dönemde incelemiş, Pazartesi günlerinin negatif, Cuma günlerinin ise pozitif getiri sağladığına dair kanıtlara ulaşmıştır. Bununla birlikte bu çalışmada 3 alt dönemde de Salı günlerinin negatif ortalama getiri sağladığı görülmüştür. Gelişen yedi Asya borsasında inceleme yapan Choudhry (2000) ise 1990-1995 döneminde Endonezya, Malezya ve Tayland'da anlamlı bir negatif getirili Pazartesi etkisi bulurken Kore, Tayvan ve Tayland'da Salı günü getirilerin diğer günlerdeki getirilerden anlamlı bir şekilde negatif bir şekilde ayrıştığını ortaya koymuştur. Zhang ve Li (2006), Çin borsasında 1991-2004 döneminde farklı alt dönemler halinde yaptıkları araştırmada Salı ve Cuma günleri için anlamlı getiri farklılıkları tespit etmişler; 1999-2000 ve 2003-2004 alt dönemlerinde ise getiri açısından herhangi bir gün için anlamlı bir farklılık olmadığını göstermişlerdir. Kumar ve Jawa (2017) ise Hindistan Borsası'nda 1995-2016 yılları arasında Çarşamba günlerinin anlamlı bir şekilde pozitif getiri sağladığını göstermişlerdir. Toit vd. (2018), 1995-2016 döneminde Johannesburg borsasında Pazartesi günlerini en düşük; Cuma günlerini en çok getiri sağlayan günler olarak tespit etmişlerdir. Khan ve Rabbani (2019) ise TOPIX ve Nikkei 225 endekslerinde Ocak 1977 - Mart 2017 dönemini 6 alt döneme ayırarak araştırmışlar ve Pazartesi Etkisi'ni TOPIX endeksinde yalnızca 1991-2000 döneminde anlamlı bir şekilde gözlemlenmişlerdir. Kinatader vd.(2019)'un BRICS ülkeleri için 1996-2018 döneminde yaptıkları araştırmada Brezilya hariç diğer dört ülkenin tümünde haftanın günü etkisinin gözlemlendiğini, Rusya, Hindistan ve Güney Afrika'da Salı günlerinin anlamlı bir şekilde negatif ayrışırken, Çin'de Salı günleri pozitif ayrıştığını ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada Pazartesi günleri sadece Rusya ve Güney Afrika'da

pozitif ve anlamlı bir şekilde farklılaşırken, Cuma günü zayıf da olsa yalnızca Brezilya'da anlamlı bir farklılaşma göstermiştir.

Türk borsasında da haftanın günü etkisi incelenmiştir. Bu konudaki ilk çalışmalardan olan Karan (1994), Aydoğın (1994), Balaban (1995), Özmen (1997) ve Bildik (1999)'in çalışmalarında İMKB'de haftanın günü etkisinin var olduğuna, Cuma günlerindeki getirinin diğer günlerden daha yüksek olduğuna dair bulgulara ulaşılmıştır. Atakan (2008)'ın araştırmasında 1987-2008 döneminde İMKB Bileşik-100 günlük kapanış verileri kullanılmış ve Cuma günlerinin ortalama getirilerinin diğer günlerinkinden yüksek; Pazartesi günlerinin ortalama getirilerinin ise diğer günlerinkinden düşük olduğu gözlemlenmiştir. Abdioğlu ve Değirmenci (2013) ise 2003-2012 dönemi arasında İMKB 100 endeksi üç farklı alt dönemde incelenmiş ve kriz öncesi dönem olarak belirlenen 2003-2007 alt döneminde Pazartesi günleri negatif, Cuma günleri ise pozitif ortalama getiri tespit edilmiştir. Buna karşın 2008'den sonrası dönemler için Pazartesi ve Cuma günlerine dair anlamlı bir bulguya rastlanmazken, Salı gününün anlamlı olarak pozitif getiri sağladığı görülmüştür. Bir diğer çalışmada Güç, Saçan ve Kaplan Yıldırım (2016), 2002-2013 yılları arasında BIST 100 günlük kapanış verilerinde Cuma ve Perşembe günleri ortalama getirilerinin anlamlı bir şekilde diğer günlerinkinden yüksek, Pazartesi günleri ortalama getirilerinin ise anlamlı bir şekilde diğer günlerinkinden düşük olduğunu ortaya koymuşlardır. Daha yeni bir çalışmada Karcioğlu ve Özer (2017) ise beş farklı BİST endeksini 2002-2016 döneminde incelemiş ve BIST 100, BIST Mali ve BIST Teknoloji endekslerinde kriz harici dönemler için Çarşamba günleri getirilerinin pozitif olarak anlamlı olduğunu göstermişlerdir. Bu çalışmada BIST Sinai ve BIST Hizmet endekslerinde haftanın günü etkisine dair herhangi bir anlamlı bulgu görülmemiştir.

2.2. Yılın Ayı Anomalisi

Yılın Ayı Anomalisi, yıl içinde herhangi bir ayın ya da birden çok ayın getirisinin diğerlerinden anlamlı bir şekilde farklılaştığını ifade etmektedir. Bu anomali çoğunlukla literatürde Ocak ayında diğer aylardan daha yüksek getiri sağlandığı hipoteziyle birlikte Ocak Ayı Anomalisi adıyla da anılmaktadır.

Ocak Ayı Etkisi'ne yönelik ilk akademik referans Wachtel (1942) tarafından verilmiştir. İlerleyen yıllarda Rozeff ve Kinney (1976), 1904-1974 döneminde New York Borsası'nda Ocak ayındaki getirilerinin diğer aylardakilerden önemli ölçüde daha yüksek olduğunu ve anomalinin küçük şirketlerle ilgili olduğunu belirtmişlerdir. 1926-1993 dönemini kapsayan Haugen ve Jorion (1996)'un araştırması New York Borsası'nda Ocak ayı etkisinin varlığının devam ettiğini göstermiştir. ABD borsalarının incelendiği bir diğer çalışmada Gu (2003), Ocak ayı etkisinin var olmakla birlikte 1988'den itibaren hem büyük hem de küçük firma hisse senetleri için belirgin bir düşüş eğilimi gösterdiğini; hatta bu anomalinin Russell endekslerinde yok olduğunu ifade etmiştir. Rendon ve Ziembra (2007) ise, Ocak ayı etkisini vadeli işlemler piyasalarında araştırmışlar, 1982-2004 döneminde S&P 500 vadeli işlemler sözleşmelerinde Ocak ayı etkisinin görüldüğünü tespit etmişlerdir. Patel (2016) ise, 1997-2014 döneminde Russell 3000, Gelişmiş, Asya-Pasifik, Avrupa, Latin Amerika ve Gelişmekte olan piyasa hisse endekslerini incelemiş ve bu anomalinin son yıllarda ortadan kalkmakta olduğunu gözlemlenmiştir.

ABD dışı borsalarda bu anomalinin varlığını inceleyen çalışmalardan Barone (1990)'un çalışması Milan borsasında 1975-1989 yıllarının kapsadığı 3 alt dönemde de Ocak ayı etkisinin var olduğunu, ancak son alt dönem olan 1985-1989 yılları arasında nispeten zayıfladığını ifade etmektedir. Diğer yandan elde edilen bir bulgu da bu borsada Şubat ve Mart aylarının da anlamlı bir şekilde farklılaştıkları şeklindedir. Zhang ve Li (2006), 1993-2004 döneminde Çin borsasında yaptıkları araştırmada üç farklı endekste

Ocak ayı etkisini incelemiş, endekslerin ikisinde bu anomaliye dair anlamlı bir farklılık olduğunu dair bulgular elde etmişlerdir. Diğer yandan bu çalışmada Mart, Nisan, Mayıs, Eylül ve Ekim aylarının da diğer aylardan anlamlı olarak farklılaştıkları görülmüştür. Macaristan, Polonya, Slovakya, Polonya borsasını araştıran Asteriou ve Kavetsos (2006)'un bulguları ise 1991-2003 döneminde bu ülkelerin dördünde (Macaristan, Polonya, Slovakya, Polonya) Ocak ayı etkisinin varlığına dair güçlü kanıtlar olduğu yönündedir. Bükreş borsasında Ocak ayı etkisini araştıran Balint ve Gica (2012), 2003-2007 ve 2008-2010 şeklindeki iki alt dönemi incelemiş ve anomalinin ilk dönemde var olduğunu ancak küresel kriz dönemi olan 2008-2010 alt döneminde küçük kapitalizasyon değerine sahip şirketlerden oluşan portföyler dışında bu etkiyi gözlemlememişlerdir. Kumar ve Jawa (2017) ise Hindistan borsasında inceledikleri 1995-2016 döneminde Ocak ayı etkisine dair herhangi bir bulguya ulaşamazken, Aralık ayının anlamlı bir pozitif getiriye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Bir başka çalışmada Khan ve Rabbani (2019), TOPIX ve Nikkei 225 endekslerinde Ocak Ayı Etkisi'ni 6 alt dönemde 1970-2017 toplam dönemi için incelemiş; Ocak Ayı anomalisinin TOPIX endeksinde 1990'a kadarki dönemlerde görülürken sonrasında tespit edilemediğini belirtmişlerdir. Nikkei 225 endeksinde ise yalnızca 1970-1980 alt döneminde bu anomalinin varlığını saptanmışlardır. Bununla beraber 1990 yılına kadar Şubat, Mart, Nisan, Mayıs, Temmuz, Ağustos, Ekim, Kasım gibi aylar için Yılın Ayı Etkisi gözlemlenilebilmişken, 1990 sonrasında herhangi bir ay için anlamlı bir getiri farklılığı gözlemlenmemiştir. Kinatader vd. (2019), BRICS ülkeleri için yaptıkları araştırmada ise 1996-2018 döneminde Brezilya için Kasım, Rusya için Mayıs ve Aralık, Güney Afrika için ise Nisan, Mayıs ve Aralık aylarının anlamlı getiri farklılıklarına sahip olduğunu ifade etmişler, Çin ve Hindistan borsalarında ise bu anomalinin görülmediğini tespit etmişlerdir. Bununla yanında Ocak ayı etkisinin ele alınan ülkelerin hiçbirinde var olmadığını ortaya koymuşlardır. Ahsan ve Sarkar (2013) ise 1987 - 2012 döneminde Bangladeş Dhaka borsasında Ocak ayı etkisine dair bulgulara rastlanmamıştır. Temmuz ayı Bangladeş'te ilk mali ay olmasına karşın Temmuz ayı getirilerinde de diğer aylarınkilere göre istatistiksel olarak anlamlı bir pozitif ayrışma görülmemiştir.

Türkiye için yapılan çalışmalara bakıldığında bu konudaki ilk çalışmalardan birinin Bildik (1999) tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada 1988-1999 döneminde İMKB'de Ocak ayı etkisinin varlığına ilişkin bulgular elde edilmiş, bunun yanında Haziran ve Eylül aylarının da yüksek getiri sağlayan aylar olduğu ortaya konulmuştur. Bir diğer çalışmada ise Karan (2002) 1997-2001 döneminde İMKB ana endekslerinin tümünde ve dördü hariç alt sektör endekslerinde Ocak ayı anomalisinin varlığına dair bulgulara ulaşmıştır. Ancak Atakan (2008) ise 1987-2008 döneminde İMKB Bileşik-100 endeksinde Ocak ayı getirilerinin diğer aylara göre anlamlı bir farklılık göstermediğine dair sonuçlara ulaşılmıştır. 1999-2013 dönemini kapsayan Aytekin ve Şakir (2014)'in çalışmaları ise 10 farklı BİST endeksinde Ocak Ayı Etkisi'ni araştırmış, XTAST endeksinde 10 yıllık dönemde, XU030 endeksinde 8 yıllık dönemde Ocak ayı etkisini tespit ederken, diğer sektörlerde anomalinin görüldüğü toplam süreyi 9 yıl olarak saptadıklarını belirtmişlerdir. Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2015)'nin yaptığı çalışmada Borsa İstanbul'da 23 farklı endeks üzerinde Ocak ayı etkisi araştırılmış, 2005-2015 döneminde Ocak ayı getirilerinin anlamlı bir şekilde farklılaştığı endeks sayısı sadece 1 olurken (XSPOR), birer endekste birer kez Mart, Nisan, Mayıs, Temmuz gibi ayların anlamlı bir şekilde diğerlerinden farklılaştığı tespit edilmiştir.

2.3. Tatil Anomalisi

Literatürde hafta sonu tatilleri hariç tatil anomalileri, çoğunlukla belli başlı tatil günlerinden önceki bir ya da birkaç günlük getirilerin diğer günlerdeki getirilerinden

yüksek olduğu hipotezinin test edilmesiyle araştırılmaktadır. Fakat birçok çalışmada da görülmüştür ki tatil etkisi sadece tatil öncesi için değil, tatil sonrası günler için de geçerli olabilmektedir. Bu günler pozitif ya da negatif ortalama getiri sağlayarak anlamlı bir şekilde diğer günlerden ayrışabilmektedir.

Bu konudaki ilk çalışmalardan olan Ariel (1990)'ın çalışması tatil öncesi anomalisinin varlığına dair bulguları ortaya koyarken, Kim ve Park (1994), NYSE ve AMEX'te 1963-1986 döneminde ve NASDAQ'I da 1973-1986 döneminde incelemiş ve tatillerin hemen öncesindeki ve sonrasındaki 1'er günü diğer günlerle kıyaslayarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında tatil etkisini gözlemlemişlerdir. Bu çalışmada aynı zamanda Birleşik Krallık ve Japonya borsalarında da tatil etkisine rastlamışlardır. AMEX, NYSE ve NASDAQ'ta tatil etkisini araştıran bir başka çalışmada Brockan ve Michayluk (1998) da aynı sonuçlara ulaşarak incelenen üç borsanın tümünde tatil öncesi getirilerin diğer günlerin getirilerinden anlamlı bir şekilde yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Plastun vd.(2019)'un çalışmasında 1900-2018 döneminde Dow Jones'ta yapılan 7 istatistiksel testten yalnızca 2 tanesinde 3 farklı dönemde tatil etkisine dair anlamlı bulgular elde etmişler, 1990 yılına kadar ağırlıklı olarak bu etki gözlemlenebilmişken, 28 yıllık toplam dönemlerin büyük bir çoğunluğunda tatil etkisinin kaybolduğunu dair sonuçlara ulaşmışlardır.

Bu konuda dünyanın diğer borsalarına yapılan çalışmalar arasında yer alan Coutts ve Sheikh (2002)'nin çalışmasında Johannesburg borsasında 1987-1997 döneminde tatil etkisinin olmadığını, Meneu ve Pardo (2004) ise bu etkinin İspanya Borsası'nda 1990-2000 döneminde tatil öncesi etkisinin varlığını gözlemlemişlerdir. Avustralya Borsası (ASX)'nda yapılan çalışmada ise Marrett ve Worthington (2009), 1996-2006 döneminde on iki farklı endeksi incelemiş ve tatil öncesi anomalisini tespit ederlerken, tatil sonrası anomalisi için anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Dodd ve Gakhovich (2011)'in çalışmasında 1991-2010 döneminde on dört Orta ve Doğu Avrupa ülke borsasından beşinde tatil öncesi etkisine, beşinde ise tatil sonrası etkisinin varlığı gözlemlenmiştir.

Tatil etkisine dair Türk borsasında yapılan ilk çalışmalardan olan Özmen (1996)'in çalışması tatil öncesindeki birkaç günlük getirinin tatil sonrasında daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Ocak 1998-Nisan 2003 ABD doları bazında İMKB Ulusal-100 endeksini inceleyen Kıyılar ve Karakaş (2005) ise tatil etkisinin varlığına dair istatistik olarak anlamlı bir farklılığa rastlamamışlardır. Bu çalışmada olduğu gibi Abdoğlu ve Değirmenci (2013)'nin çalışması da İMKB'de 2003-2012 toplam dönemini kriz öncesi dönem, kriz dönemi ve kriz sonrası dönem olarak üç farklı alt dönemde incelemişler ve üç dönemin hiçbirinde tatil etkisine dair bir bulguya rastlanmamışlardır. Gümüş ve Durmuşkaya (2015) ise tatil anomalisini İzmir Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası (VOB)'nda incelemişlerdir. Bu çalışmada 2005-2011 döneminde İMKB Endeks 30 sözleşmelerinin günlük kapanış fiyatları kullanılmış olup tatil etkisine dair herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır. Bir diğer çalışmada ise Karcioğlu ve Özer (2017), 2002-2017 dönem için BİST 100, Hizmet, Mali, Sınai ve Teknoloji endekslerini incelemiş ve BİST 100 endeksi için kriz harici dönemde tatil etkisinin varlığı tespit edilirken, diğer hiçbir endekste ve tatil etkisine rastlanmamıştır.

2.4. Ay Dönüşü Anomalisi

Ay Dönüşü Etkisi, genel olarak ayın son günleriyle takip eden ayın ilk günlerinin getirilerinin ortalamasının diğer günlerin getiri ortalamalarından daha yüksek olması şeklinde tanımlanmaktadır.

Ariel (1987)'in ABD piyasalarında yaptığı çalışmayla ay sonu öncesi ve izleyen ayın ilk yarısıyla oluşturulan kombinasyonun getirilerinin diğer günlere göre pozitif farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur. Lakonishok ve Smidt (1988)'in yaptığı bir diğer

öncü çalışmada ise Dow Jones Sanayi endeksinin doksan dönemi incelenmiş ve ayın son günüyle izleyen ayın ilk üç gününü ele alarak oluşturulan dört günlük bir dönem için ay dönüşü etkisinin varlığı ortaya konulmuştur. ABD borsalarında yapılan bir başka çalışmada ise Plastun vd. (2019), 1900-2018 yılları arasında oluşturulan 12 farklı alt dönem incelenmiş 1920'den 1980'e kadar olan alt dönemlerde bu anomaliye rastlarken, 1980'den sonrasında ay dönüşü anomalisinin tespit edilemediği belirtilmiştir.

McConnell ve Xu (2008), 1926-2005 dönemini kapsayan araştırmalarında ay dönüşü etkisinin ABD piyasalarıyla sınırlı olmadığını, ABD dışı 34 borsanın 30'unda bu anomalinin tespit edildiğini belirtmişlerdir. Kunkel, Compton ve Beyer (2003), 19 farklı ülkenin borsalarında 1988-2000 döneminde %5 anlamlılık düzeyinde 14, %10 anlamlılık düzeyinde 16 borsada ay dönüşü etkisinin varlığına dair bulgulara ulaşmışlardır. Martikainen vd. (1995), Finlandiya borsasının 1988-1993 arası verilerini ele alarak ayın son beş günü ve izleyen ayın beş günüyle ay dönüşü etkisini incelemişler ve bu anomalinin istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde Fin borsasında var olduğunu göstermişlerdir. Kinateras, Weber ve Wagner (2019) ise BRICS borsalarında yaptıkları takvim anomalileri araştırmasında 1996-2018 döneminde ülkelerin tümünde en az bir ay sonu öncesi ya da aybaşı sonrası dönemde ay dönüşü etkisine rastlamışlardır. Çin borsasında üç farklı endekste 1993-2004 yıllarını kapsayan bir araştırma yapan Zhang ve Li (2006) ise 1997'ye kadarki alt dönemlerde ay dönüşü etkisinin var olduğu, sonrasında ise bu anomalinin ortadan kalktığını gözlemlemişlerdir. TOPIX ve Nikkei 225 endekslerinde 1977 - 2017 dönemini 6 alt dönemde inceleyen Khan ve Rabbani (2019)'nin elde ettikleri sonuçlar, TOPIX endeksinde 1977 yılından 2010 yılına kadar olan tüm alt dönemlerde ay dönüşü etkisinin var olduğunu fakat 2001-2010 alt döneminde bu etkinin zayıfladığını göstermiştir. 2011'den 2017'ye kadar olan sürede ise söz konusu anomali tespit edilememiştir. Benzer şekilde Nikkei 225 endeksinde de 2010 sonrasında ay dönüşü etkisi tespit edilememiştir.

Türkiye'de ay dönüşü anomalisini araştıran Abdioğlu ve Değirmenci (2013), 2003-2012 döneminde İMKB 100'ü 3 alt dönem halinde incelemiş ancak hiçbir dönemde bu anomalinin varlığına dair anlamlı bulguya ulaşamamışlardır.

2.5. Ay İçi Anomalisi

Ay İçi Anomalisi, herhangi bir aydaki iş günlerinin ilk yarısındaki ortalama getirilerin diğer yarısındaki ortalama getirilere göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olmasıdır. Kimi çalışmalarda bu iki yarı eşit olarak ikiye bölünmüş şekliyle incelenirken, kimi çalışmalarda ise farklı varyasyonların kullanıldığı görülmektedir.

Ay İçi Etkisi'ne dair ilk çalışmayı yapan Ariel (1987), ABD piyasalarında 1963-1981 döneminde ayın ilk yarısı getirilerinin ikinci yarısı getirilerinden anlamlı bir şekilde yüksek olduğunu tespit etmiştir. Lakonishok ve Smidt (1988) ise çeşitli anomalileri inceledikleri çalışmalarında ay içi etkisini de araştırmış, 90 yıllık veri setinden oluşturulan 10 dönemin 4'ünde bu anomaliye rastlamışlardır.

ABD dışında yapılan çalışmalar arasında yer alan Barone (1990)'un çalışmasında, Milan borsasında getirilerin ikinci yarılarda yükseldiği ve ilk yarılarda düştüğü şeklinde bir sonuca ulaşılmıştır. Singapur, Hong Kong, Tayvan, Malezya ve Tayland borsalarında 1975-1990 dönemini araştıran Wong (1995) ise sadece Tayvan ve Tayland borsalarında bir alt dönemde ayın ikinci yarısının getirilerinin birinci yarısındaki getirilerden daha yüksek olduğunu ifade eden ters ay içi etkisini gözlemlenmiştir. Bu bulguya dayanarak yazar, ay içi etkisinin ABD finansal piyasaları dışında önemli gelişmekte olan finansal piyasalar için zayıf olduğunu ifade etmiştir. Aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 5 Balkan borsasında 2000-2008 döneminde takvim anomalilerini inceleyen

Georgantopoulos, Kenourgios ve Tsamis (2011), bu ülkelerin hiç birinde ay içi etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Türk borsalarında ay içi anomalisini araştıran çalışmalara bakıldığında bu konudaki ilk çalışmalardan birinin Özmen (1997)'in çalışması olduğu görülmektedir. Buna göre 1998-1996 döneminde İMKB'de bu anomalinin özellikle Ocak aylarında daha belirgin olduğu raporlanmıştır. Bildik (1999)'in çalışmasında ise, 1988 - 1999 arasında ayın ilk yarısı ve ikinci yarısı arasında getiri farklılığının ilk yarı lehine var olduğu; fakat bunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ifade edilmiştir. Bu konudaki bir diğer çalışmada ise Abdioğlu ve Değirmenci (2013) İMKB 100 endeksini 2003-2012 yılları arasında kriz öncesi, kriz dönemi ve kriz sonrası olarak 3 alt dönemde incelemiş ancak hiçbir dönemde ay içi etkisinin varlığına dair bulgulara ulaşamamışlardır.

3. Veri ve Yöntem

Bu çalışmada Borsa İstanbul'da takvim anomalileri 03.01.1999 ve 01.01.2019 örnek döneminde altı farklı endeks üzerinde incelenmiştir. Bu endeksler BIST 30 (XU30), BIST 50 (XU50), BIST 100 (XU100), BIST Bankalar (XBANK), BIST Sanayi (XUSIN) ve BIST Finansallar (XUMAL) endeksleridir. Kuruluş tarihi sebebiyle BIST 50 endeksi verileri 04.01.2000 tarihinden itibaren başlamaktadır. Tüm endekslere ait günlük kapanış verileri FINNET'ten sağlanmıştır.

Takvim anomalilerinin zaman boyunca seyrinin gözlemlenebilmesi adına toplam dönem 5 alt döneme ayrılmıştır. Bu dönemler 1999-2003, 2004-2007, 2008-2009, 2010-2013, 2014-2018 şeklinde belirlenmiştir. 2008 küresel krizi sebebiyle 2008-2009 döneminin tek yıllık ayrı bir alt dönem olarak incelenmesine karar verilmiştir.

Tüm endekslerin günlük kapanış seviyelerinden günlük getiri oranı verileri türetilmiştir. Getiri oranı serileri (1) numaralı denklemde görüldüğü gibi günlük kapanış seviyelerinin birinci logaritmik farkı olarak hesaplanmıştır:

$$R_t = \ln \left(\frac{P_t}{P_{t-1}} \right) \quad (1)$$

denklemde yer alan R_t , endeksin t günündeki getiri oranını ve P_t ise t günündeki endeks kapanış seviyesini ifade etmektedir.

Çalışmada takvim anomalilerinin araştırılması için kukla değişkenli regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Buna göre kukla değişken katsayılarındaki anlamlı farklılık, ilişkili olduğu anomalinin varlığını gösterecektir. Kukla değişkenlere dair bir anlamlı bir farklılık olmadığı takdirde değişkenlerin önemini bütünsel olarak ölçen F istatistiğinin anlamlı olmaması gerekmektedir. (Bildik, 1999) Bu çalışmada kukla değişkenli regresyon modelini kullanmamızın nedeni olarak yöntemin hem parametrik ve parametrik olmayan testlere göre daha güçlü sonuçlar veriyor olması; hem de takvim anomalileri üzerinde çokça kullanılmış olması nedeniyle bu çalışmalarla mukayese edilebilir sonuçlar verebilmesidir. Her anomali için tahmin edilen regresyon modeli aşağıdaki gibi gösterilebilir:

$$R_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i K_{i,t} + \varepsilon_t \quad (2)$$

denklemde yer alan R_t , t dönemindeki getiri oranı; $K_{i,t}$, t döneminde i günü 1, diğer günler için 0 olan kukla değişken ve ε_t ise hata terimidir. Kukla değişken incelenen anomali ile ilişkili olarak belirlenmektedir. Örneğin haftanın günü anomalisi için kukla değişkenler günlere atfedilirken yılın ayı anomalisinde her bir ay için kukla değişken oluşturulmaktadır. Denklemde yer alan n , modele alınan kukla değişken sayısını ifade

etmektedir. Kukla değişken tuzağından kaçınılması için bu sayı birbirinden farklılığı incelenen dönem sayısının bir azı kadar olmaktadır. Sonuçta farklılık oluşturmayacağı için sabit terimler tercihen belirlenmiştir. Bu model, Gibbons ve Hess (1981)'in anomalileri incelendiği çalışma gibi bir çok çalışmada sıkça kullanılmaktadır. Bu nedenle bu modelin kullanılması, diğer çalışmalarla kıyas imkânı oluşturmaktadır.

4. Bulgular

4.1. Haftanın Günü Anomalisine Dair Bulgular

Haftanın Günü Anomalisi, Cuma günlerinin pozitif, Pazartesi günlerinin negatif getiri ortalamasına sahip olduğu varsayımında bulunmaktadır. Haftanın Günü Etkisi ise herhangi bir işlem gününün ortalama getiri açısından diğer günlerden farklılaşmasını ifade etmektedir. Bu anomalinin varlığının test edilmesi için (3) numaralı regresyon denklemi tahmin edilmiştir:

$$R_t = \beta_0 + \beta_1 K_{1,t} + \beta_2 K_{2,t} + \beta_3 K_{3,t} + \beta_4 K_{4,t} + \varepsilon_t \quad (3)$$

denklemden yer alan R_t , t dönemindeki getiri oranı; $K_{i,t}$, t döneminde i günü 1, diğer günler için 0 olan kukla değişken ve ε_t ise hata terimidir. Buna göre K_1 Pazartesi, K_2 Salı, K_3 Perşembe ve K_4 ise Cuma günlerine ait kukla değişkenlerdir. Bu kukla değişken katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olmaları, ilgili anomalinin varlığını göstermektedir. Haftada beş gün olmasına karşın denklemden dört kukla değişken bulunmasının sebebi, kukla değişken tuzağından kaçınmaktır. Bu modelde dışarıda bırakılan gün haftanın ortasında yer alan gün olan Çarşamba olarak belirlenmiştir. Günlere ilişkin özet istatistikler Ek 1 ve Ek 2'de yer almaktadır. Dönemler itibarıyla her endeksin en yüksek ve en düşük ortalama getiri sağlayan günleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Alt Dönemler İtibarıyla Maksimum ve Minimum Ortalama Getiriye Sahip Günler

		1999 - 2003*	2004 - 2007	2008 - 2009	2010 - 2013	2014 - 2018
Maksimum ortalama getiri oranı	BİST 30	Cuma	Cuma	Perşembe	Salı	Pazartesi
	BİST 50	Perşembe	Cuma	Perşembe	Salı	Pazartesi
	BİST 100	Cuma	Cuma	Perşembe	Salı	Pazartesi
	BİST Finansallar	Cuma	Cuma	Perşembe	Salı	Pazartesi
	BİST Bankalar	Cuma	Cuma	Perşembe	Salı	Pazartesi
	BİST Sanayi	Perşembe	Cuma	Salı	Salı	Pazartesi
Minimum ortalama getiri oranı	BİST 30	Pazartesi	Pazartesi	Salı	Perşembe	Cuma
	BİST 50	Pazartesi	Pazartesi	Salı	Perşembe	Cuma
	BİST 100	Pazartesi	Pazartesi	Salı	Perşembe	Cuma
	BİST Finansallar	Pazartesi	Pazartesi	Salı	Perşembe	Cuma
	BİST Bankalar	Pazartesi	Pazartesi	Cuma	Perşembe	Salı
	BİST Sanayi	Pazartesi	Pazartesi	Çarşamba	Perşembe	Cuma

* BİST 50 için bu alt dönem endeksin başlangıç yılının 2000 olmasından dolayı 2000-2003 olarak belirlenmiştir.

Ek 1'de yer alan özet istatistiklerden hareketle hazırlanan Tablo 1 incelendiğinde 1999-2003 ve 2004-2007 alt dönemlerinde haftanın günü anomalisine paralel olarak en düşük getirinin gerçekleştiği günün Pazartesi olduğu, en yüksek getirilerin ise sanayi endeksi ve BİST 50 endeksi 1999-2003 dönemi haricinde haftanın son iş günü olan Cuma günlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak bu bilgi Tablo 3'te yer alan ve günler arasındaki getiri oranı farklılığının anlamlılığını ölçmek için tahmin edilen regresyon denklemi (3) parametre tahminlerinin anlamlılıkları ile birlikte değerlendirildiğinde 1999-2003 döneminde Pazartesi günlerindeki getiri oranlarının 6 endekste diğer günlerden farklılaştığı, BİST 50 ve BİST Sanayi endekslerinde ise hem pazartesi günlerindeki getirilerin, hem de Perşembe günlerindeki getirilerin diğer günlerden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklı olduğu görülmektedir. Buna göre bu dönemde en düşük ortalama getirilerin Pazartesi günlerinde, en yüksek getirilerin ise BİST 50 ve BİST Sanayi endekslerinde Perşembe günlerinde gerçekleştiği istatistiksel olarak en azından %90 güven düzeyinde söylenebilir. Ancak 2004-2007 alt dönemi için regresyon tahminleri, getirilerin haftanın günlerine göre farklılaştığını yönünde bir sonuç vermemektedir. Dolayısıyla her ne kadar 2004-2007 dönemi için en düşük ve en yüksek ortalama getirilerin ele alınan tüm endeksler için sırasıyla Pazartesi ve Cuma günlerinde gerçekleştiği düşünülse de, bu getirilerin istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde diğer günlerdeki getirilerden farklı olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır.

2008-2009 kriz dönemi incelendiğinde ise BİST Bankalar ve BİST Sanayi endeksleri haricinde en düşük ortalama getirilerin Salı günlerinde gerçekleştiği; ancak bu endekslerde ve BİST Bankalar endeksinde en yüksek ortalama getiri oranının ise Perşembe günlerinde ortaya çıktığı görülmektedir. Fakat Tablo 3'te yer alan sonuçlar incelendiğinde bu dönemde hiç bir günün getiri oranının diğer günlerdeki getiri oranlarından istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmektedir.

Tablo 2: Haftanın Günü Etkisi Özet Test Sonuçları

		1999 - 2003*		2004 - 2007		2008 - 2009		2010 - 2013		2014 - 2018	
		Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr
BİST 30	β_0	0,0013	0,5601	0,0011	0,4049	0,0002	0,9306	-0,0003	0,7855	0,0001	0,8941
	Pazartesi	-0,0065	0,0368	-0,0018	0,3218	-0,0006	0,8680	0,0011	0,5260	0,0011	0,3504
	Salı	-0,0013	0,6776	-0,0007	0,6965	-0,0010	0,7810	0,0017	0,3044	-0,0003	0,7888
	Perşembe	0,0045	0,1472	0,0008	0,6500	0,0004	0,9138	-0,0006	0,7081	0,0005	0,6854
	Cuma	0,0050	0,1105	0,0016	0,3894	-0,0004	0,9099	0,0005	0,7718	-0,0006	0,6465
	R kare	0,0147		0,0041		0,0004		0,0024		0,0020	
BİST 50	β_0	-0,0003	0,8728	0,0011	0,3451	0,0000	0,9777	-0,0002	0,8537	0,0000	0,9272
	Pazartesi	-0,0078	0,0179	-0,0019	0,2623	-0,0004	0,9011	0,0009	0,5610	0,0011	0,3134
	Salı	-0,0008	0,7913	-0,0007	0,6868	-0,0007	0,8314	0,0015	0,3426	-0,0002	0,8040
	Perşembe	0,0059	0,0705	0,0007	0,6826	0,0003	0,9198	-0,0006	0,6749	0,0004	0,7068
	Cuma	0,0047	0,1508	0,0015	0,3899	0,0000	0,9786	0,0003	0,8301	-0,0005	0,6693
	R kare	0,0216		0,0040		0,0002		0,0022		0,0020	
BİST 100	β_0	0,0011	0,5750	0,0011	0,3437	0,0000	0,9896	-0,0002	0,8866	0,0000	0,9787

	Pazartesi	-0,0065	0,0299	-0,0019	0,2585	-0,0001	0,9639	0,0010	0,5220	0,0013	0,2744
	Salı	-0,0012	0,6737	-0,0007	0,6743	-0,0005	0,8742	0,0015	0,3456	-0,0003	0,8259
	Perşembe	0,0047	0,1098	0,0007	0,6632	0,0003	0,9266	-0,0007	0,6534	0,0005	0,6598
	Cuma	0,0047	0,1114	0,0015	0,3588	0,0000	0,9955	0,0003	0,8714	-0,0004	0,7089
	R kare	0,0159		0,0049		0,0001		0,0024		0,0022	
BİST Finansallar	β ₀	0,0011	0,6219	0,0011	0,4279	0,0003	0,9270	0,0000	0,9875	0,0001	0,9545
	Pazartesi	-0,0063	0,0526	-0,0020	0,3171	-0,0004	0,9131	0,0004	0,7835	0,0012	0,4024
	Salı	-0,0008	0,7918	-0,0004	0,8588	-0,0012	0,7580	0,0012	0,5020	-0,0005	0,6930
	Perşembe	0,0047	0,1418	0,0013	0,5196	0,0010	0,8090	-0,0010	0,5537	0,0001	0,9423
	Cuma	0,0048	0,1383	0,0014	0,4789	-0,0011	0,7858	-0,0001	0,9470	-0,0006	0,6844
	R kare	0,0130		0,0039		0,0008		0,0017		0,0016	
BİST Bankalar	β ₀	0,0008	0,7310	0,0012	0,4044	0,0007	0,8180	0,0003	0,8483	0,0002	0,8703
	Pazartesi	-0,0063	0,0700	-0,0018	0,3805	-0,0011	0,7960	0,0000	0,9881	0,0011	0,5128
	Salı	-0,0004	0,8980	0,0000	0,9834	-0,0016	0,6991	0,0011	0,6051	-0,0010	0,5610
	Perşembe	0,0049	0,1539	0,0013	0,5347	0,0011	0,8007	-0,0015	0,4716	-0,0004	0,8170
	Cuma	0,0054	0,1136	0,0014	0,5092	-0,0018	0,6701	-0,0008	0,6804	-0,0009	0,6191
	R kare	0,0123		0,0031		0,0013		0,0017		0,0016	
BİST Sanayi	β ₀	0,0013	0,4723	0,0010	0,3263	-0,0014	0,4727	0,0003	0,7504	0,0001	0,8883
	Pazartesi	-0,0068	0,0112	-0,0018	0,2071	0,0021	0,4386	0,0013	0,3384	0,0013	0,1750
	Salı	-0,0015	0,5604	-0,0004	0,7525	0,0022	0,4065	0,0014	0,2977	0,0000	0,9826
	Perşembe	0,0054	0,0434	0,0001	0,9595	0,0009	0,7238	-0,0012	0,3725	0,0007	0,4953
	Cuma	0,0046	0,0824	0,0018	0,2100	0,0009	0,7418	-0,0005	0,7005	-0,0004	0,6708
	R kare	0,0221		0,0064		0,0019		0,0056		0,0000	

* BİST 50 için bu alt dönem, endeksin başlangıç yılının 2000 olmasından dolayı 2000-2003 olarak belirlenmiştir.

2010-2013 döneminde ise tüm dönemlerde en düşük ortalama getiri oranı Perşembe günlerinde, en yüksek ortalama getiri oranı Salı günlerinde gerçekleşmiştir. İncelenen tüm endekslerde geçerli olan bu durum Tablo 2'de özetlenen bulgularca teyit edilmemektedir. Buna göre söz konusu dönemde hiç bir gündeki getiri oranı, diğer günlerden anlamlı bir farklılık içermemektedir. Bu durum 2014-2018 dönemi için de geçerlidir. Bu dönemde her ne kadar en düşük getiriler haftanın günü anomalisinin tam tersi olarak çoğunlukla Cuma, en yüksek getiriler ise ortalama Pazartesi günleri gerçekleşse de bu durum istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde desteklenmemektedir.

Elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde haftanın günü etkisinin incelenen en eski alt dönemde (1999-2003) Türk sermaye piyasasında varlığı gözlemlenebilirken, ilerleyen dönemlerde bu etkinin ortadan kalktığı söylenebilir.

4.2. Yılın Ayı Anomalisine Dair Bulgular

Ocak Ayı Anomalisi olarak da bilinen Yılın Ayı anomalisi, takvim anomalileri içerisinde en çok çalışılan anomalilerdendir. Aynı zamanda Ocak Ayı Anomalisi olarak çalışılmış olmasının bir sebebi, Ocak aylarında getirilerin diğer aylarınkilere göre daha yüksek olduğu hipotezidir. Bu çalışmada konunun Ocak Ayı Anomalisi yerine Yılın Ayı Anomalisi başlığı altında irdelenmesinin başlıca gerekçesi getiri farklılığının yalnızca Ocak ayı özelinde aranmaması, başka ayların da getiri açısından anlamlı bir şekilde farklılaşabileceği düşüncesidir. Tahmin edilen denklem aşağıdaki gibidir:

$$R_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{11} \beta_i K_{i,t} + \varepsilon_t \quad (4)$$

denklemden yer alan R_t , t dönemindeki getiri oranı; $K_{i,t}$, t döneminde i ayı 1, diğer aylar için 0 olan kukla değişken ve ε_t ise hata terimidir. Buna göre K_1 Ocak, K_2 Şubat, K_3 Mart, K_4 Nisan, K_5 Mayıs, K_6 Temmuz, K_7 Ağustos, K_8 Eylül, K_9 Ekim, K_{10} Kasım ve K_{11} ise Aralık aylarına ait kukla değişkenlerdir. Denkleme dâhil edilmeyen değişken Haziran ayıdır. Haziran ayının seçilmiş olmasında özel bir sebep bulunmamakta, yılın ortasında yer alan bu ayın dâhil edilmemesi ile daha önce ifade edildiği gibi, kukla değişken tuzağına düşülmemesi amaçlanmaktadır.

Tablo 3: Alt Dönemler İtibariyle Maksimum ve Minimum Ortalama Getiriye Sahip Aylar

		1999 - 2003*	2004 - 2007	2008 - 2009	2010 - 2013	2014 - 2018
Maksimum ortalama getiri oranı	BİST 30	Nisan	Temmuz	Temmuz	Eylül	Ekim
	BİST 50	Nisan	Temmuz	Temmuz	Eylül	Ekim
	BİST 100	Nisan	Temmuz	Nisan	Eylül	Mart
	BİST Finansallar	Nisan	Temmuz	Temmuz	Eylül	Mart/Eylül
	BİST Bankalar	Nisan	Temmuz	Temmuz	Eylül	Ocak
	BİST Sanayi	Nisan	Temmuz	Nisan	Eylül	Mart
Minimum ortalama getiri oranı	BİST 30	Haziran	Nisan	Ocak	Mayıs	Ağustos
	BİST 50	Haziran	Nisan	Ocak	Mayıs	Ağustos
	BİST 100	Haziran	Nisan	Ocak	Mayıs	Ağustos
	BİST Finansallar	Haziran	Mart	Ocak	Mayıs	Mayıs
	BİST Bankalar	Haziran	Mart	Ocak	Mayıs	Ağustos
	BİST Sanayi	Mayıs	Nisan	Ekim	Mayıs	Kasım

* BİST 50 için bu alt dönem endeksin başlangıç yılının 2000 olmasından dolayı 2000-2003 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3'te her alt dönemde ele alınan tüm endekslerin ortalama getiri oranlarının maksimum ve minimum olduğu aylar gösterilmektedir. Özet tanımlayıcı istatistikler ise Ek 3, Ek 4 ve Ek 5'te yer almaktadır. Tablo 3'te yer alan bilgiler, denklem (4)'ün tahmin özetlerini yansıtan Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'daki bulgularla birlikte değerlendirilmiştir.

Elde edilen sonuçlar, 1999-2003 döneminde BİST 30'da en yüksek ortalama getirinin Nisan ayında, en düşük getirinin Haziran ayında gerçekleştiği görülmektedir. Bu dönemde üç farklı ayın, sağladıkları getiri açısından diğer aylardan anlamlı bir şekilde farklılaştıkları görülmektedir. Buna göre Nisan ayı getirilerinin %5 anlamlılık düzeyinde diğer aylara göre pozitif olarak ayrıştığı, Ekim ve Aralık aylarının da sağladıkları getiri yönünden yılın diğer aylarından anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. 2004-

2007 alt döneminde ise Temmuz ayı en yüksek ortalama getiriyi sağlamış olan aydır. Aynı dönemde Nisan ayında ise en yüksek ortalama kaybın yaşandığı görülmektedir. Ancak regresyon sonuçlarına göre bu dönemde herhangi bir ay getiri oranı açısından bir diğer aydan anlamlı bir şekilde farklı değildir. Dolayısıyla bu dönemde BIST 30 endeksinde yılın ayı anomalisinin görülmediği anlamına gelmektedir. Tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında 2008-2009 alt dönemi olarak belirlenen kriz döneminde en yüksek ortalama getiriler Temmuz aylarında, en düşük ortalama getiriler ise Ocak ayında görülmektedir. Bu dönemde standart sapması en yüksek ay Ekim olurken en düşük ay ise Haziran'dır. Bu dönemde Nisan ve Temmuz aylarındaki getiri oranları %10 anlamlılık seviyesinde diğer aylardan istatistiksel olarak farklılık göstermektedir. 2010-2013 döneminde BIST 30 endeksinde en yüksek ortalama getiri sağlayan ay Eylül ayı olarak görülmektedir. En düşük ortalama getiri ise Mayıs ayında gerçekleşmiştir. Elde edilen bulgulara göre BIST 30 endeksinin bu alt döneminde yılın ayı anomalisine rastlanmamıştır. 2014-2018 dönemindeki ortalama getirilere bakıldığı zaman en yüksek seviye Ekim ayında, en düşük seviye ise Ağustos ayında görülmektedir. Regresyon sonuçları, BIST 30 endeksinde 2014-2018 döneminde de yılın ayı anomalisinin görülmediğini yönündedir.

BIST 50 Endeksine dair bulgular incelendiğinde, 2000-2003 döneminde en yüksek ortalama getiri Nisan ayında, en düşük ortalama getiri Şubat ayında görülmüştür. Regresyon sonuçları en yüksek ortalama getiri görülen Nisan ayının diğer aylardan istatistiksel olarak anlamlı farklılığa sahip olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde ikinci en yüksek ortalama getiriye sahip olan Ekim ayı da %5 düzeyinde anlamlı olarak diğer aylardan farklılık göstermektedir. 2004-2007 alt dönemine ilişkin tanımlayıcı istatistiklere göre en yüksek ortalama getiriye sahip olan ay Temmuz iken en düşük ortalama getiri Mart aylarında görülmüştür. Regresyon sonuçlarına göre 2004-2007 döneminde yılın ayı anomalisine rastlanmamaktadır. Hiçbir ayın ortalama getirisi bir başka ayın getirisinden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmamaktadır. Kriz döneminde BIST 50 endeksinde en yüksek ortalama getiri oranı Temmuz aylarında elde edilirken, en düşük ortalama getiriler Ocak ayında gerçekleşmiştir. Nisan ayı ve en yüksek getiri ortalamasına sahip olan Temmuz ayı ancak %90 güven aralığında diğer aylardan anlamlı bir farklılık göstermektedir. Dolayısıyla bu dönemde de güçlü bir şekilde yılın ayı anomalisinin varlığından söz edilememektedir. 2010 - 2013 alt dönemi incelendiğinde ise en yüksek ortalama getiri Eylül ayında, en düşük ortalama getiri Mayıs ayında görülmüştür. Regresyon sonuçlarına göre getiri serileri arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. BIST 50 endeksinin son döneminde en yüksek ortalama getiri Mart ayında, en düşük ortalama getiri Ağustos ayında mevcuttur. İstatistiksel olarak ise yılın ayı etkisine dair bu alt dönemde de bir bulguya rastlanmamaktadır.

BIST 100 endeksinin 1999-2003 dönemi aylık tanımlayıcı istatistikleri en yüksek ortalama getirilerin Nisan, en düşük ortalama getirilerin ise Haziran ayında gerçekleştiğini göstermektedir. Regresyon sonuçları en yüksek ortalama getiri sağlayan ilk üç ayın (Nisan, Ekim ve Aralık) diğer aylardan %5 anlamlılık seviyesinde farklılaştığını göstermektedir. 2004-2007 alt döneminde ise en yüksek ortalama getirilerin Temmuz ayında, en düşük ortalama getirilerin Nisan ayında oluştuğunu göstermektedir. İstatistiksel olarak ise BIST 100 endeksi 2004-2007 döneminde yılın ayı etkisi görülmemektedir. Kriz dönemi olan 2008-2009 alt döneminde BIST 100'de en yüksek getiriler Mayıs ayında, en düşük getiriler ise Ocak ayında elde edilmiştir. Ancak bu alt dönemde de BIST 100 endeksinde yılın ayı etkisi görülmemektedir. Kriz sonrası 2010-2013 döneminde BIST 100'de Aralık ayı en yüksek, Mayıs ayı en düşük ortama getirilerin görüldüğü aylar olmuşlardır. Bulgular, bu dönem içerisinde de herhangi bir getiri serisinin anlamlı bir şekilde diğerlerinden farklılaşmadığını göstermektedir. 2014 - 2018 alt döneminde en yüksek ortalama getiri Mart ayında, en düşük ortalama getiri ise

Ağustos ayında görülmektedir. 2014-2018 alt döneminde de getiri serileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

BIST Finansallar endeksi 1999-2003 alt dönemi tanımlayıcı istatistiklerine göre en yüksek ortalama getirinin Nisan, en düşük ortalama getirinin ise Mayıs ayında olduğu görülmektedir. Regresyon analizi Nisan ve Ekim aylarında oluşan getiri farklarının anlamlı olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda ikinci en yüksek ortalama getiriye sahip olan Aralık ayı da %5 anlamlılık düzeyinde diğer aylardan farklılık göstermiştir. Tanımlayıcı istatistikler, BIST Finansallar endeksinin 2004-2007 döneminde en yüksek ortalama getirinin Temmuz ayında, en düşük ortalama getirinin de Mart ayında gerçekleştiğini göstermektedir. BIST Finansallar endeksinde 2004-2007 döneminde yılın ayı etkisi bulunmamaktadır. 2008-2009 alt döneminde Finansallar endeksinde en yüksek ortalama getiri Temmuz ayında, en düşük ortalama getiri Ocak ayında görülmektedir ve bu dönemde Finansallar endeksinde Yılın Ayı Anomalisi görülmektedir. En yüksek ortalama getiriye sahip olan Temmuz ve en yüksek ikinci ortalama getiriye sahip olan Nisan ayları, diğer getiri serilerinden anlamlı bir şekilde farklılaşmışlardır. 2010-2013 alt döneminde BIST Finansallar endeksinde Mart ayı en yüksek ortalama getiriye, Şubat ayı en düşük ortalama getiriye sahip olan aylardır. Regresyon sonuçlarına göre Mart ve Şubat aylarındaki getiri farklılıkları istatistiksel olarak anlamlı değildir. Son alt dönemde BIST Finansallar endeksinde en yüksek ortalama getiri Mart ve Eylül aylarında, en düşük getiri ise Mayıs ayında görülmektedir. Regresyon analizine göre bu aylarda görülen farklılaşmalar istatistiksel olarak anlamlı değildir.

BIST Bankalar endeksi 1999-2003 dönemi tanımlayıcı istatistiklerinde en yüksek ortalama getiriye Nisan ayı, en düşük ortalama getiriye Mayıs ayı sahiptir. Regresyon analizine göre en yüksek ortalama getiriye sahip olan Nisan ayı %1 anlamlılık düzeyinde, ikinci ve üçüncü en yüksek ortalama getiriye sahip olan Ekim ve Aralık ayları %5 anlamlılık düzeyinde diğer aylardan farklılaşmışlardır. Bu nedenle söz konusu alt dönemde yılın ayı etkisinin varlığından bahsedilebilir. Ancak bu durum 2004-2007 alt dönemi için geçerli değildir. Bu alt dönemde BIST Bankalar endeksinde en yüksek aylık ortalama getirinin Temmuz ayına, en düşük aylık ortalama getirinin de Mart ayına ait olduğu görülmektedir. Buna karşın regresyon analizi sonuçları getiriler arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Kriz döneminde ise Bankalar endeksinde en yüksek aylık ortalama getiri Temmuz aylarında, en düşük ortalama getiri Ocak aylarında sağlanmıştır. Bu dönemde Bankalar endeksinde yılın ayı anomalisi görülmektedir. En yüksek ortalama getiriye sahip olan Nisan ve en yüksek ikinci ortalama getiriye sahip Temmuz ayları diğer aylardan istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmışlardır. 2010-2013 dönemine bakıldığında ise en yüksek ortalama getiri Eylül ayında, en düşük ortalama getiri Mayıs ayında gözlemlenmiştir. Bu dönemde getiri serileri arasında anlamlı bir farklılaşma görülmemekte, yılın ayın etkisinin var olduğu söylenememektedir. Son dönemde BIST Bankalar endeksinde en yüksek ortalama aylık getiri Ocak ayında, en düşük ortalama aylık getiri Ağustos ayında gerçekleşmiştir. Bu dönemde BIST Bankalar endeksinde aylık ortalama getiriler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Sanayi endeksi incelendiğinde 1999-2003 döneminde en yüksek ortalama aylık getiri Nisan aylarında, en düşük ortalama aylık getiri Mayıs ayında gerçekleşmiştir. Bu dönemde Sanayi endeksinde en yüksek ortalama getiriye sahip olan Nisan ayı %1 anlamlılık düzeyinde, ikinci en yüksek ortalamanın görüldüğü Ekim ayı da %5 anlamlılık düzeyinde diğer aylardan farklılık göstermektedir. Söz konusu dönemde Aralık ayındaki getirilerin de %95 güven düzeyinde diğer aylardaki getirilerden farklı olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. 2004-2007 döneminde ortalama getirinin en yüksek olduğu ay Temmuz iken, en düşük olduğu ay Nisan ayıdır. Fakat bu alt dönemde yılın ayı etkisine rastlanmamıştır. Küresel ekonomik kriz döneminde BIST Sanayi endeksinde en yüksek

aylık ortalama getiri Nisan ayında, en düşük aylık ortalama getiri ise Ekim ayında gerçekleşmiştir. Bu dönemde Ekim ayındaki getiri oranları, diğer aylardaki getiri oranlarından %10 anlamlılık düzeyinde ayrılmaktadır. Tanımlayıcı istatistiklere göre 2010-2013 döneminde ise en yüksek ortalama getiri Eylül ayında, en düşük ortalama getiri ise Mayıs ayında gerçekleşmiştir. Mayıs ayı getiri ortalamasının %5 anlamlılık düzeyinde diğer aylardan negatif ayrıştığı ve yılın ayı etkisinin bu dönemde var olduğu söylenebilir. Son alt dönemde en yüksek ortalama getirinin Mart ayında, en düşük getirinin ise Kasım ayında olduğu görülmektedir. Regresyon sonuçlarına göre son dönemde getiri serileri birbirlerinden anlamlı bir şekilde farklılaşmamışlardır.

Tablo 4: BİST 30 ve BİST 50 Endekslerine ait Yılın Ayı Etkisi Özet Test Sonuçları

	Mart	Nisan	Mayıs	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	F (R ²)
0,001	0,012	-0,002	0,003	0,000	0,001	0,010	0,004	0,011	1,887	
0,829	0,013	0,671	0,564	0,978	0,864	0,030	0,444	0,022	(0,017)	
-0,002	-0,003	-0,002	0,003	0,000	0,002	0,001	0,000	0,002	0,744	
0,508	0,380	0,514	0,298	0,951	0,498	0,663	0,883	0,605	(0,008)	
0,001	0,010	0,002	0,010	0,002	0,001	-0,004	-0,001	0,007	1,676	
0,927	0,073	0,771	0,052	0,667	0,891	0,438	0,865	0,187	(0,036)	
0,003	0,001	-0,003	0,001	-0,003	0,004	0,001	-0,002	-0,002	1,316	
0,224	0,852	0,201	0,838	0,337	0,166	0,700	0,565	0,517	(0,014)	
0,002	0,001	0,000	0,001	-0,001	0,000	0,002	0,000	0,001	0,369	
0,358	0,522	0,954	0,526	0,784	0,864	0,336	0,993	0,612	(0,003)	
-0,001	0,013	-0,002	0,002	0,002	-0,002	0,012	0,002	0,006	1,833	
0,915	0,016	0,725	0,766	0,646	0,770	0,023	0,757	0,248	(0,020)	
-0,002	-0,002	-0,002	0,003	0,000	0,002	0,001	0,000	0,002	0,740	
0,560	0,411	0,538	0,291	0,968	0,469	0,635	0,913	0,533	(0,008)	
0,000	0,009	0,002	0,010	0,002	0,000	-0,005	-0,001	0,007	1,721	
0,961	0,066	0,708	0,059	0,642	0,940	0,378	0,818	0,197	(0,037)	
0,003	0,001	-0,003	0,001	-0,003	0,003	0,001	-0,002	-0,002	1,374	
0,225	0,819	0,171	0,843	0,304	0,180	0,672	0,542	0,531	(0,015)	
0,002	0,001	0,000	0,001	-0,001	0,000	0,002	0,000	0,001	0,376	
0,343	0,517	0,949	0,531	0,788	0,839	0,361	0,971	0,604	(0,003)	

	Alt Dönem		β_0	Ocak	Şubat
BİST 30	1999 - 2003	Katsayı	-0,002	0,004	0,003
		p-dğr	0,506	0,436	0,495
	2004 - 2007	Katsayı	0,001	0,002	0,002
		p-dğr	0,719	0,583	0,555
	2008 - 2009	Katsayı	-0,002	-0,005	0,001
		p-dğr	0,587	0,316	0,877
2010 - 2013	Katsayı	0,000	0,001	-0,001	
	p-dğr	0,890	0,752	0,624	
2014 - 2018	Katsayı	0,000	0,001	0,000	
	p-dğr	0,757	0,464	0,829	
BİST 50	2000 - 2003	Katsayı	-0,003	0,004	-0,002
		p-dğr	0,444	0,466	0,710
	2004 - 2007	Katsayı	0,001	0,002	0,002
		p-dğr	0,735	0,541	0,529
	2008 - 2009	Katsayı	-0,002	-0,005	0,001
		p-dğr	0,596	0,317	0,841
2010 - 2013	Katsayı	0,000	0,001	-0,001	
	p-dğr	0,873	0,720	0,635	
2014 - 2018	Katsayı	0,000	0,001	0,000	
	p-dğr	0,758	0,466	0,842	

Elde edilen bulgular, Türk sermaye piyasasında yılın ayı anomalisinin 2010 öncesi dönemlerde özellikle Nisan ayı için var olduğunun söylenebileceği ancak Sanayi endeksi hariç ele alınan tüm endekslere 2010 sonrası dönemde bu etkinin görülmemeye başladığı şeklindedir. Bu kapsamda 2010 yılı öncesi alt dönemlerde Nisan ayından başka Temmuz ve Ekim aylarındaki getirilerin de diğer aylardan farklılaştığına dair sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 5: BİST 100 ve BİST Finansallar Endekslerine ait Yılın Ayı Etkisi Özet Test Sonuçları

Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	F (R ²)
0,001	0,010	0,004	0,011	1,940
0,866	0,024	0,374	0,019	(0,017)
0,002	0,001	0,000	0,002	0,776
0,430	0,591	0,971	0,487	(0,009)
0,000	-0,005	-0,001	0,006	0,059
0,995	0,329	0,802	0,198	(0,038)
0,003	0,001	-0,001	-0,001	1,441
0,164	0,627	0,558	0,585	(0,016)
0,000	0,002	0,000	0,001	0,398
0,886	0,348	0,989	0,580	(0,004)
0,001	0,011	0,005	0,012	1,874
0,793	0,021	0,289	0,015	(0,017)
0,002	0,002	0,000	0,002	0,841
0,444	0,608	0,998	0,462	(0,009)
0,001	-0,004	-0,001	0,009	2,031
0,835	0,509	0,880	0,145	(0,044)
0,004	0,001	-0,002	-0,002	1,194
0,193	0,705	0,544	0,533	(0,013)
0,000	0,002	0,000	0,001	0,353
0,888	0,459	0,945	0,593	(0,003)

Alt Dönem	β_0	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Temmuz	Ağustos	
									Katsayı
1999 - 2003	-0,002	0,004	0,003	0,002	0,012	-0,002	0,003	0,001	
	0,452	0,371	0,545	0,735	0,010	0,695	0,520	0,896	
2004 - 2007	0,001	0,002	0,002	-0,001	-0,002	-0,002	0,003	0,000	
	0,785	0,499	0,481	0,602	0,405	0,584	0,259	0,921	
2008 - 2009	-0,002	-0,005	0,001	0,000	0,009	0,002	0,009	0,003	
	0,615	0,300	0,832	0,969	0,065	0,666	0,070	0,619	
2010 - 2013	0,000	0,001	-0,001	0,003	0,001	-0,003	0,000	-0,003	
	0,895	0,661	0,692	0,206	0,772	0,169	0,846	0,278	
2014 - 2018	0,000	0,001	0,000	0,002	0,001	0,000	0,001	-0,001	
	0,737	0,430	0,832	0,326	0,487	0,978	0,535	0,772	
1999 - 2003	-0,003	0,005	0,004	0,002	0,013	-0,001	0,003	0,001	
	0,391	0,311	0,480	0,682	0,012	0,862	0,594	0,901	
2004 - 2007	0,000	0,002	0,003	-0,002	-0,002	-0,002	0,004	0,001	
	0,853	0,458	0,431	0,496	0,545	0,577	0,187	0,872	
2008 - 2009	-0,003	-0,005	0,000	0,002	0,013	0,003	0,014	0,004	
	0,448	0,389	0,967	0,712	0,032	0,620	0,020	0,504	
2010 - 2013	0,000	0,001	-0,001	0,004	0,001	-0,003	0,000	-0,002	
	0,988	0,675	0,726	0,185	0,790	0,293	0,866	0,389	
2014 - 2018	0,000	0,002	0,000	0,001	0,002	0,000	0,000	-0,001	
	0,764	0,404	0,969	0,540	0,466	0,965	0,915	0,653	
BİST 100									
BİST Finansallar									

Tablo 6: BİST Bankacılık ve BİST Sanayi Endekslerine ait Yılım Ayı Etkisi Özet Test Sonuçları

β_0	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	F (R ²)
-0,004	0,006	0,004	0,001	0,014	0,000	0,002	0,001	0,002	0,011	0,006	0,014	1,914 (0,017)
0,353	0,269	0,424	0,794	0,008	0,962	0,722	0,849	0,739	0,030	0,255	0,012	0,751 (0,008)
0,001	0,002	0,003	-0,003	-0,002	-0,002	0,004	0,000	0,002	0,002	0,001	0,002	0,751 (0,008)
0,773	0,561	0,450	0,428	0,647	0,547	0,255	0,947	0,461	0,597	0,847	0,476	1,718 (0,037)
-0,004	-0,005	0,000	0,003	0,014	0,003	0,016	0,004	0,003	-0,002	0,000	0,010	1,879 (0,040)
0,393	0,475	0,956	0,612	0,037	0,683	0,014	0,495	0,697	0,708	0,992	0,125	1,002 (0,011)
0,001	0,000	-0,002	0,003	0,000	-0,004	0,000	-0,003	0,003	0,000	-0,002	-0,003	0,427 (0,004)
0,780	0,909	0,633	0,311	0,952	0,246	0,954	0,372	0,295	0,946	0,440	0,360	1,702 (0,015)
-0,001	0,003	0,000	0,002	0,002	0,001	0,000	-0,002	0,000	0,002	0,001	0,001	0,852 (0,009)
0,670	0,351	0,962	0,539	0,493	0,854	0,945	0,473	0,901	0,382	0,816	0,630	1,702 (0,015)
-0,002	0,004	0,002	0,002	0,011	-0,002	0,003	0,002	0,001	0,008	0,003	0,008	0,852 (0,009)
0,557	0,350	0,693	0,649	0,007	0,637	0,432	0,702	0,878	0,044	0,476	0,054	1,718 (0,037)
0,000	0,002	0,002	0,000	-0,002	-0,001	0,003	0,001	0,002	0,001	0,000	0,002	2,071 (0,022)
0,920	0,428	0,389	0,935	0,287	0,719	0,219	0,812	0,331	0,586	0,987	0,388	0,627 (0,006)
0,001	-0,006	0,001	-0,001	0,005	0,001	0,002	0,001	-0,004	-0,007	-0,005	0,003	1,718 (0,037)
0,831	0,136	0,741	0,789	0,228	0,825	0,537	0,816	0,375	0,077	0,254	0,513	2,071 (0,022)
0,000	0,002	0,000	0,003	0,001	-0,004	0,000	-0,003	0,004	0,002	-0,001	0,000	0,627 (0,006)
0,859	0,403	0,921	0,205	0,574	0,059	0,948	0,195	0,094	0,400	0,664	0,879	0,627 (0,006)
0,000	0,001	0,000	0,002	0,001	0,000	0,001	0,000	-0,001	0,001	-0,001	0,001	0,627 (0,006)
0,937	0,587	0,872	0,282	0,509	0,921	0,492	0,981	0,583	0,587	0,368	0,697	0,627 (0,006)

Alt Dönem	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr	Katsayı	p-dğr													
	1999 - 2003			2004 - 2007			2008 - 2009			2010 - 2013			2014 - 2018			1999 - 2003			2004 - 2007			2008 - 2009			2010 - 2013			2014 - 2018	
	BİST 100										BİST Finansallar																		

Literatürde en çok çalışılan takvim anomalilerinden biri olan Ocak Ayı Anomalisi'nin 2000'li yıllardan itibaren çarpıcı bir şekilde zayıflamış, hatta neredeyse ortadan kalmış olduğu hususu bu çalışmada elde edilen bulgularda da görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre Nisan ayının daha çok pozitif getiri farklılaşması anlamında öne çıktığı görülürken; diğer çalışmaların sonuçlarına benzer şekilde 2010 yılından itibaren ay bazında getiri farklılaşmalarının da zayıfladığı söylenebilir.

4.3. Tatil Anomalisine Dair Bulgular

Bu çalışmada tatil etkisi, tatil öncesi ve tatil sonrası olmak üzere iki farklı açıdan incelenmiştir. 1 Ocak yılbaşı tatili, 1 Mayıs İşçi Bayramı tatili, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı ve 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı gibi resmî bayram tatilleri ile Ramazan ve Kurban Bayramı gibi dinî bayram tatilleri, tatil günleri olarak belirlenen günler olmuşlardır. 2017 ve 2018 yıllarında hafta sonuna denk gelmesinden ötürü 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü tatil örnekleme dâhil edilememiştir. Ayrıca yine hafta sonuna denk gelen 1 günlük resmi tatiller de Hafta Sonu Etkisi'nin örnekleme dışında tutulmuştur. Hafta sonu tatillerinin tatil günleri örnekleme dâhil edilmemelerinin sebebi, Hafta Sonu Etkisi'nden kaçınmaktır. Diğer yandan ani gelişmelerden kaynaklı olan ve belirsiz zamanlarda ortaya çıkmış olan doğal afetlerden kaynaklı tatiller de yatırımcı açısından öngörülebilir olmadıkları ve yatırımcılara pozisyon güncelleme imkânı sağlamadığı için tatil örneklemlerine dâhil edilmemişlerdir.

Tatil öncesi etkisi için aşağıda gösterilen (5), tatil sonrası etkisinin varlığının araştırılması için ise (6) numaralı regresyon denklemleri tahmin edilmiştir:

$$R_t = \beta_0 + \beta_0 K_{0,t} + \varepsilon_t \quad (5)$$

$$R_t = \beta_0 + \beta_s K_{s,t} + \varepsilon_t \quad (6)$$

denklemlerde yer alan R_t , t dönemindeki getiri oranı; $K_{0,t}$, t günü tatil öncesi birinci gün ise 1, değilse 0 olan kukla değişken, $K_{s,t}$, t günü tatil sonrası birinci gün ise 1, değilse 0 olan kukla değişken ve ε_t ise hata terimidir. Tahmin edilecek istatistiksel olarak anlamlı β_0 parametresi tatil öncesi etkisinin varlığına dair bir bulgu olarak değerlendirilirken, β_s parametresi ise tatil sonrası etkisinin varlığı için bir gösterge olacaktır.

4.3.1. Tatil Öncesi Anomalisine Dair Bulgular

Her alt dönemde, çalışma kapsamına alınan tüm endeksler için tatil öncesi günler ile diğer günlerin ortalama getiri oranları, getiri oranlarının standart sapmaları ve normal dağılım testi olarak Jarque-Bera test istatistiğinin p-değerleri Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7: Tatil Öncesi ve Diğer Günlere İlişkin Özet İstatistikler

		1999-2003		2004-2007		2008-2009		2010-2013		2014-2018	
		Tatil Öncesi	Diğer Günler	Tatil Öncesi	Diğer Günler	Tatil Öncesi	Diğer Günler	Tatil Öncesi	Diğer Günler	Tatil Öncesi	Diğer Günler
BİST 30	Ortalama	0,0048	0,0015	0,0051	0,0009	0,0029	-0,0001	0,0010	0,0001	-0,0028	0,0003
	Std. Sp.	0,0283	0,0347	0,0107	0,0186	0,0206	0,0251	0,0099	0,0168	0,0140	0,0135
	JB p-dğr	0,0240	0,0000	0,7582	0,0000	0,6854	0,0000	0,0059	0,0000	0,3440	0,0000
BİST 50	Ortalama	0,0013	0,0000	0,0046	0,0010	0,0021	-0,0001	0,0009	0,0002	-0,0027	0,0003
	Std. Sp.	0,0271	0,0334	0,0102	0,0179	0,0191	0,0240	0,0091	0,0161	0,0137	0,0131
	JB p-dğr	0,0419	0,0000	0,7202	0,0000	0,7500	0,0000	0,0106	0,0000	0,2436	0,0000
BİST 100	Ortalama	0,0054	0,0015	0,0045	0,0010	0,0021	-0,0001	0,0013	0,0002	-0,0025	0,0003
	Std. Sp.	0,0268	0,0335	0,0098	0,0174	0,0183	0,0233	0,0091	0,0157	0,0131	0,0128
	JB p-dğr	0,0472	0,0000	0,6728	0,0000	0,7448	0,0000	0,0768	0,0000	0,3122	0,0000
BİST Finansallar	Ortalama	0,0048	0,0015	0,0056	0,0010	0,0036	-0,0001	0,0007	0,0001	-0,0025	0,0001
	Std. Sp.	0,0283	0,0364	0,0112	0,0200	0,0219	0,0279	0,0114	0,0183	0,0143	0,0154
	JB p-dğr	0,0145	0,0000	0,9055	0,0000	0,6306	0,0000	0,1858	0,0000	0,8267	0,0000
BİST Bankalar	Ortalama	0,0042	0,0015	0,0073	0,0012	0,0021	-0,0001	0,0003	0,0006	-0,0042	0,0001
	Std. Sp.	0,0296	0,0386	0,0114	0,0214	0,0224	0,0302	0,0124	0,0205	0,0178	0,0194
	JB p-dğr	0,0372	0,0000	0,7308	0,0000	0,7447	0,0000	0,0903	0,0000	0,7538	0,0000
BİST Sanayi	Ortalama	0,0059	0,0015	0,0028	0,0008	0,0031	-0,0002	0,0029	0,0004	-0,0029	0,0004
	Std. Sp.	0,0259	0,0297	0,0097	0,0143	0,0137	0,0189	0,0091	0,0134	0,0118	0,0111
	JB p-dğr	0,3288	0,0000	0,0961	0,0000	0,6013	0,0000	0,0029	0,0000	0,0000	0,0000

Tablo 7 incelendiğinde ilk 3 alt dönemde tüm endeksler için tatil öncesi günlerdeki ortalama getiri oranı diğer günlerin ortalama getiri oranlarında daha yüksektir. 2010-2013 alt döneminde de sadece BİST Bankalar endeksi hariç diğer tüm endekslerin tatil öncesi gün ortalama getiri oranları, diğer günlerdeki ortalama getiri oranlarından yüksektir. Ancak bu durum çalışmanın son alt dönemi için geçerli değildir. 2014-2018 alt döneminde tüm endekslerde tatil öncesi günlerdeki getiri oranlarının ortalaması diğer günlerdeki pozitif olan ortalama getirilerin altında ve negatif olarak gerçekleşmiştir.

Tatil öncesi günler ile diğer günlerdeki getiri oranlarının istatistiksel olarak anlamlı derecede farklı olup olmadığının test edilmesi için tahmin edilen denklem (5)'ten elde edilen bulgular Tablo 8'de özetlenmektedir.

Tablo 8: Tatil Öncesi Etkisine Ait Özet Test Sonuçları

		1999 - 2003		2004 - 2007		2008 - 2009		2010 - 2013		2014 - 2018	
		Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri
BİST 30	β_0	0,0015	0,1232	0,0010	0,0983	-0,0002	0,8730	0,0001	0,8055	0,0003	0,3937
	β_6	0,0033	0,6014	0,0042	0,3213	0,0031	0,6568	0,0008	0,6627	-0,0031	0,2302
	F	0,2730		0,9847		0,1977		0,1904		1,4412	
	R ²	0,0002		0,0010		0,0004		0,0002		0,0011	
BİST 50	β_0	0,0000	0,9791	0,0006	0,0729	-0,0002	0,8748	0,0002	0,6896	0,0003	0,4084

	β_0	0,0013	0,8533	0,0040	0,3698	0,0023	0,7328	0,0006	0,8676	-0,0030	0,2234
	F	0,0342		0,8051		0,1167		0,0278		1,4837	
	R^2	0,0000		0,0008		0,0002		0,0000		0,0012	
BİST 100	β_0	0,0015	0,1188	0,0010	0,0667	-0,0002	0,8806	0,0002	0,6535	0,0003	0,4102
	β_5	0,0039	0,5276	0,0036	0,3661	0,0023	0,7298	0,0011	0,7404	-0,0029	0,2349
	F	0,3992		0,8176		0,1194		0,1098		1,4121	
	R^2	0,0003		0,0008		0,0002		0,0001		0,0011	
BİST Finansallar	β_0	0,0016	0,1389	0,0011	0,0867	-0,0002	0,8755	0,0001	0,8485	0,0001	0,7410
	β_5	0,0033	0,6183	0,0046	0,3115	0,0038	0,6271	0,0007	0,8673	-0,0027	0,3612
	F	0,2484		1,0254		0,2364		0,0280		0,8340	
	R^2	0,0002		0,0010		0,0005		0,0000		0,0006	
BİST Bankalar	β_0	0,0015	0,1703	0,0013	0,0573	-0,0001	0,9616	0,0000	0,9861	0,0001	0,8953
	β_5	0,0027	0,7049	0,0061	0,2072	0,0023	0,7897	0,0004	0,9307	-0,0044	0,2309
	F	0,1434		1,5928		0,0712		0,0076		1,4364	
	R^2	0,0001		0,0016		0,0001		0,0000		0,0011	
BİST Sanayi	β_0	0,0016	0,0674	0,0008	0,0570	-0,0002	0,7951	0,0004	0,3550	0,0004	0,1214
	β_5	0,0043	0,3934	0,0019	0,5453	0,0033	0,5308	0,0010	0,5031	-0,0034	0,1015
	F	0,7290		0,3658		0,3933		0,4488		2,6847	
	R^2	0,0006		0,0003		0,0007		0,0004		0,0021	

Tablo 8'de özetlenen bulgulara göre hiçbir endekste ve hiçbir alt dönemde tatil öncesi günlerdeki getiriler diğer günlerden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklı değildir. Bu nedenle Borsa İstanbul'da tatil öncesi etkisinin görülmediği söylenebilir.

4.3.2. Tatil Sonrası Anomalisine Dair Bulgular

Tatil sonrası anomalisinin varlığının araştırılması için tatil sonrası ilk gün ile diğer günlerdeki getiri oranlarının ortalamaları karşılaştırılmış ayrıca denklem (6) tahmin edilerek tatil sonrası günlerin diğer günlerden farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır.

Tablo 9'da yer alan özet istatistikler incelendiğinde tatil öncesi günlerdeki gibi tüm endekslerde ve son alt dönem hariç diğer tüm alt dönemlerde tatil sonrasında ilk günün ortalama getiri oranının diğer günlerden yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu bulgular bir de Tablo 10'da özetlenen kukla değişkenli regresyon modeli tahminleri ile birlikte değerlendirildiğinde sonuçların çok da güçlü olmadığı, tatil sonrası etkisinin ancak bazı endekslerde bazı alt dönemlerde görüldüğü söylenebilmektedir.

Tablo 9: Tatil Sonrası ve Diğer Günlere İlişkin Özet İstatistikler

		1999-2003		2004-2007		2008-2009		2010-2013		2014-2018	
		Tatil Sonrası	Diğer Günler	Tatil Sonrası	Diğer Günler	Tatil Sonrası	Diğer Günler	Tatil Sonrası	Diğer Günler	Tatil Sonrası	Diğer Günler
BİST 30	Ortalama	0,0038	0,0015	0,0070	0,0009	0,0090	-0,0003	0,0067	0,0001	-0,0039	0,0003
	Std. Sp.	0,0471	0,0342	0,0321	0,0181	0,0367	0,0246	0,0222	0,0165	0,0132	0,0135
	JB p-dğr	0,0394	0,0000	0,0178	0,0008	0,8577	0,0000	0,2701	0,0000	0,3984	0,0000
BİST 50	Ortalama	0,0005	0,0000	0,0070	0,0009	0,0091	-0,0003	0,0067	0,0001	-0,0030	0,0003
	Std. Sp.	0,0389	0,0331	0,0321	0,0181	0,0364	0,0244	0,0222	0,0165	0,0129	0,0131
	JB p-dğr	0,5060	0,0000	0,0178	0,0008	0,8706	0,0000	0,2701	0,0000	0,5014	0,0000
BİST 100	Ortalama	0,0063	0,0014	0,0059	0,0009	0,0082	-0,0003	0,0067	0,0001	-0,0028	0,0003
	Std. Sp.	0,0435	0,0330	0,0303	0,0170	0,0326	0,0229	0,0207	0,0154	0,0125	0,0128
	JB p-dğr	0,0154	0,0000	0,0010	0,0000	0,9020	0,0000	0,2971	0,0000	0,5220	0,0000
BİST Finansallar	Ortalama	0,0037	0,0015	0,0093	0,0010	0,0094	-0,0003	0,0071	0,0000	-0,0032	0,0001
	Std. Sp.	0,0489	0,0359	0,0340	0,0195	0,0399	0,0273	0,0223	0,0181	0,0142	0,0154
	JB p-dğr	0,1332	0,0000	0,0440	0,0009	0,8135	0,0000	0,3557	0,0000	0,7144	0,0000
BİST Bankalar	Ortalama	0,0041	0,0015	0,0110	0,0012	0,0103	-0,0002	0,0082	-0,0001	-0,0038	-0,0004
	Std. Sp.	0,0524	0,0380	0,0366	0,0208	0,0423	0,0296	0,0240	0,0202	0,0180	0,0193
	JB p-dğr	0,2023	0,0000	0,1992	0,0002	0,7928	0,0000	0,5104	0,0000	0,5984	0,0000
BİST Sanayi	Ortalama	0,0031	0,0024	0,0012	0,0009	0,0067	-0,0003	0,0073	0,0003	-0,0010	0,0004
	Std. Sp.	0,0352	0,0406	0,0247	0,0140	0,0268	0,0185	0,0175	0,0132	0,0109	0,0111
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,8820	0,0000	0,4741	0,0000	0,7748	0,0000

Tablo 10: Tatil Sonrası Etkisine Ait Özet Test Sonuçları

		1999 - 2003		2004 - 2007		2008 - 2009		2010 - 2013		2014 - 2018	
		Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri
BİST 30	β_0	0,0016	0,1173	0,0009	0,1126	-0,0003	0,7611	0,0001	0,8481	0,0004	0,3598
	β_s	0,0023	0,7174	0,0062	0,1410	0,0094	0,1806	0,0011	0,5417	-0,0043	0,1096
	F	0,1311		2,1710		1,7978		0,3727		2,7156	
	R ²	0,0001		0,0022		0,0036		0,0004		0,0022	
BİST 50	β_0	0,0000	0,9648	0,0009	0,1126	-0,0003	0,7843	0,0001	0,8936	0,0003	0,3967
	β_s	0,0005	0,9445	0,0062	0,1410	0,0094	0,1755	0,0068	0,0498	-0,0034	0,1757
	F	0,0048		2,1710	1,8406		3,8564		1,8358		
	R ²	0,0000		0,0022		0,0037		0,0038		0,0015	
BİST 100	β_0	0,0015	0,1248	0,0010	0,0747	-0,0003	0,7660	0,0001	0,8371	0,0003	0,4010
	β_s	0,0049	0,4288	0,0050	0,2026	0,0063	0,2205	0,0067	0,0476	-0,0031	0,1954
	F	0,6266		1,6253		1,5050		1,5050		1,6782	
	R ²	0,0005		0,0016		0,0030		0,0030		0,0013	
BİST Finansallar	β_0	0,0016	0,1317	0,0010	0,1102	-0,0004	0,7798	0,0000	0,9556	0,0002	0,7220
	β_s	0,0022	0,7479	0,0083	0,0645	0,0098	0,2118	0,0072	0,0662	-0,0034	0,2636

	F	0,1033		3,4262		1,5631		3,3815		1,2510	
	R ²	0,0001		0,0034		0,0031		0,0034		0,0010	
BİST Bankalar	β ₀	0,0015	0,1696	0,0012	0,0731	-0,0003	0,8383	-0,0002	0,8005	0,0001	0,9090
	β _s	0,0026	0,7152	0,0099	0,0407	0,0080	0,2298	0,0084	0,0558	-0,0039	0,2784
	F	0,1332		4,2283		1,4456		3,6657		1,1757	
	R ²	0,0001		0,0042		0,0029		0,0036		0,0009	
BİST Sanayi	β ₀	0,0025	0,0338	0,0009	0,0584	-0,0003	0,7080	0,0003	0,4235	0,0004	0,1603
	β _s	0,0007	0,9215	0,0003	0,9188	0,0070	0,1806	0,0070	0,0144	-0,0015	0,4776
	F	0,0097		0,0103		1,7971		6,0024		0,5044	
	R ²	0,0000		0,0000		0,0035		0,0059		0,0004	

Tablo 10 incelendiğinde tatil sonrası etkisinin varlığına dair bir gösterge olan istatistiksel olarak anlamlı β_s parametrelerinin %1 ila %10 arasında farklılık gösteren anlamlılık düzeylerinde 2010-2013 alt döneminde BİST 30 endeksi hariç incelenen tüm endekslerde görüldüğü söylenebilir. Dolayısıyla bu dönemde Borsa İstanbul'da tatil sonrası getirilerin diğer günlerden daha yüksek ve anlamlı bir şekilde yarıştığına dair bir bulgudan bahsedilebilse de diğer alt dönemler arasından sadece 2004-2007 döneminde BİST Finansallar ve BİST Bankalar endekslerinde bu etkinin varlığından bahsedilebilmektedir.

Literatür incelendiğinde Tatil Anomalisi'nin bir önceki iki anomalinin sonuçlarına benzer şekilde 2000 yılından itibaren zayıfladığı ve tespitinde güçlükler yaşandığı görülmektedir. Özellikle Borsa İstanbul için yapılan çalışmalarda neredeyse varlığına ulaşamayan bu anomali, bu çalışmada kendisini yalnızca 2 alt dönemde ve "tatil sonrası" formasyonunda göstermiştir.

4.4. Ay Dönüşü Anomalisine Dair Bulgular

Ay dönüşü anomalisi bir aydın son günleri ile bir sonraki ayın ilk günlerindeki getiri ortalamalarının diğer günlerdeki ortalama getirilere göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olması olarak açıklanmaktadır. Ancak bu etkinin araştırılması için kullanılacak gün sayısının farklı çalışmalarda farklı gün sayıları şeklinde belirlendiği görülmektedir. Bu konudaki kimi çalışmalar ayın son işlem gününü ve izleyen ayın ilk 3 gününü diğer günlerin getirileriyle kıyaslar (bkz. Lakanishok ve Smidt, 1988), kimi çalışmalar ayın son 5 gününü ve izleyen ayın ilk 5 gününü (bkz. Theobald ve Price, 1984); kimileri de ayın son 5 günüyle izleyen ayın ilk 5 işlem gününü diğer günlerin getirileriyle kıyaslamışlardır (Martikainen vd., 1995). Bu çalışmada ise ayların son 4 ve sıradaki ayın ilk 4 günleri (toplam 8 gün), kalan diğer günlerle kıyaslanmıştır ve ilgili tablolarda bu 8 günlük dönem "Ay Dönüşü" olarak belirtilmiştir.

Ay dönüşü anomalisi, aşağıda yer alan denklem (7)'ye ait parametrelerin tahmin edilmesiyle araştırılmıştır:

$$R_t = \beta_0 + \beta_{ad}K_{ad,t} + \varepsilon_t \quad (7)$$

denklemde yer alan $K_{ad,t}$ kukla değişkeni, t günü eğer ilgili ayın son 4 günü ile izleyen ayın ilk 4 günü olmak üzere 8 günden biri ise 1, değilse 0 değerini almaktadır.

Ay dönüşü günlerdeki ortalama getiri oranları ile diğer günlerdeki ortalama getiri oranlarına dair özet istatistikler endeks ve alt dönemler itibarıyla Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11: Ay Dönüşü ve Diğer Günlere İlişkin Özet İstatistikler

		1999-2003		2004-2007		2008-2009		2010-2013		2014-2018	
		Ay Dönüşü	Diğer Günler	Ay Dönüşü	Diğer Günler	Ay Dönüşü	Diğer Günler	Ay Dönüşü	Diğer Günler	Ay Dönüşü	Diğer Günler
BİST 30	Ortalama	0,0042	0,0000	0,0024	0,0002	0,0013	-0,0005	0,0009	-0,0006	0,0001	0,0003
	Std. Sp.	0,0355	0,0338	0,0175	0,0190	0,0172	0,0165	0,0241	0,0250	0,0131	0,0137
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,2091	0,0000	0,0000	0,0000	0,0002	0,0000	0,0001	0,0000
BİST 50	Ortalama	0,0029	-0,0017	0,0024	0,0002	0,0008	-0,0006	0,0013	-0,0004	0,0001	0,0003
	Std. Sp.	0,0344	0,0324	0,0167	0,0183	0,0233	0,0242	0,0164	0,0156	0,0127	0,0134
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,2114	0,0000	0,0039	0,0000	0,0000	0,0000	0,0001	0,0000
BİST 100	Ortalama	0,0040	0,0000	0,0024	0,0000	0,0007	-0,0006	0,0012	-0,0003	0,0001	0,0002
	Std. Sp.	0,0343	0,0326	0,0162	0,0179	0,0224	0,0237	0,0161	0,0152	0,0123	0,0131
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,1442	0,0000	0,0040	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
BİST Finansallar	Ortalama	0,0041	0,0000	0,0027	0,0001	0,0005	-0,0005	0,0013	-0,0006	-0,0001	0,0002
	Std. Sp.	0,0372	0,0355	0,0189	0,0205	0,0271	0,0281	0,0183	0,0181	0,0149	0,0157
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,2193	0,0000	0,0008	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
BİST Bankalar	Ortalama	0,0039	0,0001	0,0030	0,0000	0,0005	-0,0003	0,0013	-0,0007	-0,0004	0,0002
	Std. Sp.	0,0394	0,0377	0,0203	0,0217	0,0294	0,0304	0,0205	0,0202	0,0187	0,0197
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,2460	0,0000	0,0135	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
BİST Sanayi	Ortalama	0,0036	0,0004	0,0020	0,0002	0,0006	-0,0006	0,0012	0,0000	0,0005	0,0002
	Std. Sp.	0,0306	0,0289	0,0130	0,0149	0,0181	0,0192	0,0140	0,0129	0,0105	0,0114
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Tablo 12: Ay Dönüşü Etkisine Ait Özet Test Sonuçları

		1999 - 2003		2004 - 2007		2008 - 2009		2010 - 2013		2014 - 2018	
		Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri
BİST 30	β_0	0,0004	0,7623	0,0015	0,1696	0,0013	0,1073	0,0012	0,0931	0,0013	0,0886
	β_{ad}	0,0043	0,0463	0,0026	0,7152	0,0061	0,2072	0,0099	0,0400	0,0061	0,2072
	F	3,9794		0,1332		1,5928		4,2283		1,5928	
	R ²	0,0032		0,0001		0,0016		0,0042		0,0016	
BİST 50	β_0	-0,0018	0,1886	0,0002	0,7307	-0,0007	0,6151	-0,0005	0,4636	0,0003	0,4824
	β_{ad}	0,0047	0,0293	0,0022	0,0460	0,0015	0,4956	0,0018	0,0835	-0,0002	0,7559
	F	4,7663		3,6605		0,4650		3,0010		4,7663	
	R ²	0,0048		0,0036		0,0009		0,0030		0,0048	
BİST 100	β_0	0,0000	0,9723	0,0002	0,7423	-0,0006	0,6428	-0,0004	0,5296	0,0003	0,5215
	β_{ad}	0,0041	0,0364	0,0022	0,0466	0,0013	0,5297	0,0017	0,0973	-0,0002	0,8340
	F	4,3899		3,9696		0,3955		2,7540		0,0439	

	R ²	0,0036		0,0039		0,0008		0,0027		0,0000	
BİST Finansallar	β_0	0,0000	0,9968	0,0002	0,8203	-0,0005	0,7468	-0,0006	0,3840	0,0002	0,6721
	β_{ad}	0,0042	0,0429	0,0026	0,0436	0,0011	0,6736	0,0020	0,0918	-0,0004	0,6612
	F	3,8518		4,0833		0,1776		2,8485		0,1921	
	R²	0,0031		0,0041		0,0031		0,0028		0,0002	
BİST Bankalar	β_0	0,0001	0,9421	0,0004	0,6586	-0,0004	0,8328	-0,0008	0,3388	0,0002	0,7472
	β_{ad}	0,0038	0,0918	0,0027	0,0403	0,0009	0,7378	0,0021	0,1126	-0,0007	0,5574
	F	2,8464		3,8415		0,1122		2,5217		0,3444	
	R²	0,0023		0,0038		0,0002		0,0025		0,0003	
BİST Sanayi	β_0	0,0005	0,6715	0,0002	0,6968	-0,0006	0,5438	0,0000	0,9910	0,0003	0,4312
	β_{ad}	0,0032	0,0688	0,0018	0,0441	0,0013	0,4367	0,0013	0,1404	0,0003	0,6893
	F	3,3182		3,7193		0,6058		2,1766		0,1599	
	R²	0,0027		0,0037		0,0012		0,0022		0,0001	

Tablo 11 incelendiğinde -son alt dönem harici- tüm endekslerde ay dönüşü anomalisinin varlığı desteklenmektedir. BİST Sanayi endeksine bakıldığında ise tüm dönemlerde ay dönüşü günlerindeki ortalama getirilerin diğer günlerden yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu etkinin varlığının istatistiksel olarak test edilmesi için tahmin edilen denklem (7)'ye ait sonuçların incelenmesi gerekmektedir. Bu sonuçlar Tablo 12'de özetlenmektedir.

Tablo 12 incelendiğinde β_{ad} parametresinin anlamlı olduğu alt dönemlerin 1999-2003, 2004-2007 ve 2010-2013 olduğu görülmektedir. İlk iki alt dönemde tüm endekslerde anlamlı ay dönüşü parametresi olmasına rağmen dördüncü alt dönemde β_{ad} parametresinin BİST Bankalar ve BİST Sanayi hariç diğer endekslerde anlamlı olduğuna dair bulgulara ulaşılmıştır. Dolayısıyla bu dönemlerde ay dönüşü olarak belirlenen 8 günlük dönemde elde edilen getiriler, ortalama olarak diğer günlerdeki getirilerden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde pozitif yönde farklıdır denilebilir. Bu nedenle ele alınan dönemler itibarıyla genel olarak ay dönüşü anomalisinin ilk iki ve dördüncü alt dönemlerde %10 anlamlılık düzeyinde var olduğu, ancak bu etkinin kriz döneminde ve son alt dönemde görülmediği yönünde sonuçlar elde edildiği söylenebilir.

Bu anomaliyle ilgili yapılmış olan diğer çalışmalar 2000'lerin başından itibaren bu etkinin zayıfladığını; 2010'lardan itibaren ise neredeyse yok olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada elde edilen bulgular da 2014 - 2018 dönemine kadar bu anomalinin Borsa İstanbul özelinde var olduğunu göstermektedir. Ancak söz konusu bulgular Ay Dönüşü Anomalisi'nin 2008 yılına kadar %5 anlamlılık düzeyinde mevcut olduğunu gösterirken, kriz döneminde görülmediğini; bir sonraki alt dönemde de yalnızca %10 anlamlılık düzeyinde tespit edilebildiğini ortaya koymaktadır. Son alt dönemde ise bu etkiye rastlanamamaktadır. Dolayısıyla ilgili anomalinin Borsa İstanbul'da 2008 yılından itibaren zayıflamaya başladığı ve zamanla varlığını yitirdiği görülmektedir.

4.5. Ay İçi Anomalisine Dair Bulgular

Bir aydaki iş günlerinin ilk yarısındaki ortalama getirilerin diğer yarısındaki ortalama getirilere göre anlamlı bir şekilde daha yüksek olup olmadığının araştırılması için aşağıda yer alan kukla değişkenli regresyon analizi tahmin edilmiştir:

$$R_t = \beta_0 + \beta_{ai}K_{ai,t} + \varepsilon_t \quad (8)$$

denklemdede yer alan $K_{ai,t}$ kukla değişkeni, t günü eğer ilgili ayın ilk yarısında ise 1, değilse 0 değerini almaktadır. Buna göre istatistiksel olarak anlamlı bir β_{ai} parametresi, o dönemde ay içi anomalisinin var olduğunu gösterecektir. Eğer ele alınan aydaki iş günü sayısı çift ise o aydaki iş günleri iki eşit kısma ayrılmıştır. Eğer ilgili aydaki iş günleri sayısı tek ise tam ortada kalan iş günü ortalamalara dâhil edilmeyerek bu günün öncesindeki günlerin ortalaması ayın ilk yarısı, bu günden sonraki iş günleri ise ayın ikinci yarısı olarak değerlendirilmiştir.

Denklem (8)'e ait parametreler tahmin edilmeden önce Tablo 13'te yer alan özet istatistiklere bakılarak ayın ilk yarısındaki ortalama getiri oranları ile ayın son yarısındaki ortalama getiri oranları karşılaştırılabilir.

Tablo 13: Ayın İlk Yarısı ve İkinci Yarısındaki Ortalama Günlere İlişkin Özet İstatistikler

		1999-2003		2004-2007		2008-2009		2010-2013		2014-2018	
		İlk Yarı	İkinci Yarı	İlk Yarı	İkinci Yarı	İlk Yarı	İkinci Yarı	İlk Yarı	İkinci Yarı	İlk Yarı	İkinci Yarı
BİST 30	Ortalama	0,0027	0,0005	0,0002	0,0019	-0,0010	0,0011	0,0006	-0,0003	-0,0002	0,0009
	Std. Sp.	0,0357	0,0329	0,0178	0,0190	0,0243	0,0256	0,0171	0,0163	0,0139	0,0130
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,7221	0,0000	0,0005	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
BİST 50	Ortalama	0,0006	-0,0005	0,0003	0,0020	-0,0010	0,0010	0,0006	-0,0003	-0,0003	0,0009
	Std. Sp.	0,0343	0,0320	0,0171	0,0182	0,0232	0,0242	0,0164	0,0156	0,0136	0,0127
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,3134	0,0000	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
BİST 100	Ortalama	0,0026	0,0006	0,0003	0,0019	-0,0009	0,0010	0,0009	0,0003	-0,0003	0,0009
	Std. Sp.	0,0345	0,0317	0,0167	0,0178	0,0226	0,0235	0,0167	0,0157	0,0132	0,0123
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,0975	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
BİST Finansallar	Ortalama	0,0029	0,0004	0,0004	0,0021	-0,0010	0,0011	0,0006	-0,0006	-0,0006	0,0010
	Std. Sp.	0,0376	0,0344	0,0194	0,0204	0,0274	0,0281	0,0186	0,0178	0,0161	0,0147
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,9051	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0003
BİST Bankalar	Ortalama	0,0030	0,0001	0,0005	0,0024	-0,0007	0,0010	0,0006	-0,0008	-0,0008	0,0010
	Std. Sp.	0,0399	0,0365	0,0209	0,0217	0,0296	0,0304	0,0206	0,0201	0,0204	0,0183
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,6128	0,0000	0,0007	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0001
BİST Sanayi	Ortalama	0,0026	0,0009	0,0004	0,0016	-0,0008	0,0009	0,0006	0,0002	0,0000	0,0009
	Std. Sp.	0,0308	0,0282	0,0138	0,0147	0,0185	0,0187	0,0142	0,0127	0,0115	0,0108
	JB p-dğr	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Tablo 13'e göre 1999-2003 ve 2010-2013 alt dönemlerinde tüm endekslerde ayların ilk yarısındaki ortalama getirilerin, ayın diğer yarısından daha büyük olduğu görülmektedir. Ancak ayın ilk yarısındaki getiri oranlarının, ayın diğer yarısından farklılaşıp farklılaşmadığının analizi için regresyon tahminlerinin değerlendirilmesi uygun olacaktır. Regresyon denklemi tahmin sonuçları Tablo 14'te özetlenmektedir.

Tablo 14'te özetlenen bulgular, tüm endekslerde 2004 - 2007 alt döneminde ilk yarı ortalama getirilerinin pozitif ayrıştığını göstermektedir. Son alt dönemde BİST Sanayi endeksi %5 anlamlılık düzeyinde farklılaşırken; aynı dönemde BİST 100 ve BİST Finansallar endekslerinde ikinci yarı ortalama getirileri %10 anlamlılık düzeyinde farklılaşmaktadır. Söz konusu dönemdeki β_{ai} parametresinin negatif olarak tahmin

edilmesi, ayların ikinci yarısındaki ortalama getirinin, ilk yarıdan daha yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Literatür, günümüze yaklaştıkça Ay İçi Etkisi'nin tespitinin zorlaştığını; kimi çalışmalarda da bu etkinin formasyon değiştirip söz konusu anomalinin tanımının tersi şekilde, ikinci yarı getirilerinin anlamlı olarak farklılaşabildiğini göstermektedir. Borsa İstanbul özelinde yapılmış çalışmalar da 2000 öncesi dönem için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşmanın görülmediği ve yine bu anomalinin tespit edilemediği şeklindedir. Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre ilk yarı getirileri anlamlı olarak tek bir dönemde farklılaşırken; başka çalışmalarda da tespit edilen ve formasyonun değişikliğini ifade eden "Ters Ay İçi Etkisi" ise son alt dönemde %10 anlamlılık düzeyinde kendini göstermiştir. Buna göre ay içi anomalisinin Borsa İstanbul'da güçlü bir şekilde olmasa da var olabileceği ve bu çalışma kapsamında incelenen diğer anomalilerin aksine son dönemde ortaya çıkan bir etkinin varlığından bahsedilebileceği söylenebilir.

Tablo 14: Ay İçi Etkisine Ait Özet Test Sonuçları

		1999 - 2003		2004 - 2007		2008 - 2009		2010 - 2013		2014 - 2018	
		Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri	Katsayı	p-değeri
BİST 30	β_0	0,0006	0,6755	0,0019	0,0201	0,0011	0,4767	-0,0004	0,6208	0,0010	0,1213
	β_{ai}	0,0022	0,2793	-0,0016	0,1636	-0,0022	0,3333	0,0010	0,3405	-0,0013	0,1002
	F	1,1715		1,9438		0,9379		0,9096		2,7066	
	R^2	0,0001		0,0020		0,0019		0,0009		0,0022	
BİST 50	β_0	-0,0005	0,7339	0,0020	0,0125	0,0011	0,4785	-0,0003	0,6291	0,0010	0,2145
	β_{ai}	0,0012	0,5780	-0,0017	0,1354	-0,0021	0,3196	0,0010	0,3378	-0,0014	0,1432
	F	0,3097		2,2327		0,9928		0,9197		3,3642	
	R^2	0,0003		0,0023		0,0020		0,0009		0,0027	
BİST 100	β_0	0,0006	0,6522	0,0020	0,0117	0,0011	0,4710	0,0003	0,6263	0,0010	0,1084
	β_{ai}	0,0020	0,2937	-0,0017	0,1360	-0,0020	0,3367	0,0007	0,4759	-0,0013	0,0723
	F	1,1033		2,2262		0,9249		0,5087		3,2345	
	R^2	0,0009		0,0023		0,0019		0,0004		0,0026	
BİST Finansallar	β_0	0,0004	0,7785	0,0021	0,0186	0,0011	0,5293	-0,0006	0,4800	0,0010	0,1146
	β_{ai}	0,0025	0,2259	-0,0018	0,1664	-0,0021	0,4003	0,0012	0,2910	-0,0017	0,0549
	F	1,4683		1,9179		0,7086		1,1161		3,6934	
	R^2	0,0012		0,0020		0,0015		0,0011		0,0030	
BİST Bankalar	β_0	0,0001	0,9586	0,0024	0,0114	0,0010	0,5875	-0,0008	0,3921	0,0010	0,2015
	β_{ai}	0,0029	0,1851	-0,0019	0,1597	-0,0018	0,5132	0,0014	0,2746	-0,0018	0,1056
	F	1,7583		1,7583		1,7583		1,1948		2,6228	
	R^2	0,0015		0,0015		0,0015		0,0012		0,0021	
BİST Sanayi	β_0	0,0009	0,4341	0,0016	0,0127	0,0009	0,4517	0,0002	0,7143	0,0009	0,0437
	β_{ai}	0,0017	0,3268	-0,0012	0,1834	-0,0017	0,3155	0,0004	0,6513	-0,0009	0,1573
	F	0,9622		1,7727		1,0097		0,2044		2,0020	
	R^2	0,0008		0,0018		0,0021		0,0002		0,0016	

5. Sonuç

1980'li yıllardan itibaren uzun zaman dünya üzerindeki borsaların birçoğunda varlığı incelenmiş ve farklı dönemlerde birçok piyasada var oldukları istatistiksel olarak ortaya konulmuş olan takvim anomalileri, akademik popülerliğini zamanla yitirse de son yıllarda yeniden bu konuya olan ilgi yeniden artmaya başlamıştır. Bunun nedeni, takvim anomalilerinin giderek kayboluyor olduğu hususudur. En popüler takvim anomalilerinden birisi olan Ocak ayı anomalisi, uzun bir süredir dünya borsalarında artık nadir olarak tespit edilebilen takvim anomalileri arasında yer almaktadır. Ay İçi Anomalisi gibi kimi anomalilerin de bazı borsalarda formasyon değiştirmeye başladığı görülmektedir. Bu çalışmada Borsa İstanbul'da takvim anomalilerinin varlığını araştırmak üzere Ocak ayı, yılın ayı, haftanın günü, hafta sonu, ay dönümü, ay içi ve tatil anomalileri BIST 100, BIST 50, BIST 30, BIST Sanayi, BIST Bankalar ve BIST Finansallar endekslerinde incelenmiştir. İncelenen zaman dilimi ise 1999–2019 arası yirmi yıllık dönem olmuştur. Zaman serisinin yirmi yıldan daha uzun olmamasının sebebi literatürde 2000'lerden öncesi için yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda hali hazırda Türkiye hisse senedi piyasalarında takvim anomalilerinin varlığının benzer yöntemle büyük oranda tespit edilmiş olması ve bu çalışmada ise tüm takvim anomalilerin ele alınan bütün endekslerdeki zaman boyunca topyekûn hareketini gözlemleyebilmektir. Bunun için beş farklı alt dönem incelenmiştir. İncelenen alt dönemlerin beşer yıllık olması istenmiş fakat 2008 kriz etkisinin ayrıca incelenmesinin zorunluluğu bu simetriyi bozmuştur. Alt dönemlerin beşer yıl olarak belirlenmesinde yeterli derecede uzun süreyi kapsayan alt dönemlerin oluşturulması ve birbiriyle karşılaştırılabilmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada varlığı araştırılan Hafta Sonu Etkisi hem Hafta Sonu Anomalisi'nin literatürdeki çalışma şekli olan Pazartesi ve Cuma getirileri için hem de diğer günlerindeki olası varlığı açısından araştırılmış, yalnızca 1999–2003 alt döneminde görülmüştür. Ele alınan dönem içinde Ay Dönüşü Etkisi diğer takvim anomalilerine göre daha çok gözlemlenen bir takvim anomalisi türü olmuştur. Endekslerin çoğunluğunda ilk iki dönemde gözlemlenmiş olmasına rağmen, kriz dönemi olan 2008–2009 döneminden itibaren (2010–2013 alt dönemi BIST-30 endeksi haricinde) hiçbir endekste bu etki %5 anlamlılık düzeyinde tespit edilememiştir. Literatürde en çok çalışılan ve en popüler takvim anomalilerinden biri olan Ocak Ayı Anomalisi, çalışmanın hiçbir alt döneminde ve hiçbir endeks üzerinde tespit edilememiştir. Diğer yandan Ay İçi Anomalisi'nin literatürdeki tanımı ayların ilk yarılarında ikinci yarılara göre daha yüksek getiri elde edilmesi olmasına rağmen bu çalışmada ilk yarılarda değil, aksine ikinci yarılarda anlamlı getiri farklılıkları olduğu gözlemlenmiştir. Hiçbir endeksin hiçbir döneminde ilk yarı ortalama getirilerinin farklılaştığı görülmezken, ikinci yarı ortalama getirileri 2004 – 2007 döneminde bütün endekslerde anlamlı bir şekilde ilk yarıdaki getirilerden farklı olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca 2014–2018 döneminde ağırlıklı olarak %10 anlamlılık düzeyinde bu farklılaşmalar görülmüştür. Tatil Anomalisi de önceki çalışmalarda daha çok tatil öncesi etkisi olarak tespit edilmişse de, bu çalışmada tatil öncesi anomalisine dair hiçbir kanıt elde edilememiştir.

Bu çalışmayı çokça işlenmiş olan takvim anomalilerinden ayıran en temel husus, anomalilerin zaman içindeki varlığının izlenmesi ve elde edilen bulgulara göre önceki çalışmaların çoğunun aksine takvim anomalilerinin zaman içinde Borsa İstanbul'daki varlığının gelişimi incelemesi ve zamanla yok oluşunu gösteriyor olmasıdır. Genel olarak elde edilen bulgular değerlendirildiğinde 2004–2007 döneminden itibaren takvim anomalilerinin seyrekleştiği, 2014–2018 döneminde neredeyse hiç görülmediği ve Ocak Ayı ve Tatil Öncesi Anomalisi'nin örnek dönemler içinde hiçbir şekilde tespit edilemediği, Tatil ve Ay içi anomalilerinin literatür tanımlarına göre ters bir formasyon haline bürünmüş olduğu söylenebilir. Elde edilen sonuçlar, takvim anomalilerinin Borsa

İstanbul'da günümüze yaklaştıkça zayıfladığını da göstermektedir. Söz konusu anomalilerin ortadan kayboluyor olması, piyasaların etkin hale geldiği görüşünü destekleyebilir. Fakat bu görüşün daha güçlü bir şekilde desteklenebilmesi için anomalilerin ortadan kayboluyor olduklarına dair somut gerekçelerin ortaya konulması ve etkinlik sorusunun farklı yönleriyle de test edilmesi gerekmektedir. Doğal olarak bu, başlı başına apayrı bir çalışma sürecini gerektirmektedir. Ancak takvim anomalilerinin Borsa İstanbul'da zaman içinde kaybolmasının olası nedenleri arasında teknolojik gelişme ile birlikte bilginin yayılımının genişlemesi ve daha hızlı bir şekilde bilgiye ulaşma imkanının ortaya çıkması, kurumsal yatırımcıların daha rasyonel temellere dayalı olarak yatırım stratejileri uygulamaya başlamaları ya da algoritmik işlemlerin yaygınlaşması düşünülebilir. Bunlarla ilgili daha detaylı değerlendirme ve tespitler yapmak başkaca çalışmaların aydınlatacağı hususlar olmaktadır. Sonuç olarak takvim anomalilerinin kayboluyor olması, bu anomalilerin sunduğu bilgilere dayalı sürekli ve sistematik olarak aşırı getiri elde edilebilecek işlem stratejilerinin artık üretilemiyor olduğu pratik sonucunu vermesi anlamında piyasa katılımcılarına önemli bir bilgi sunacaktır. Anomalilerin kaybolması, yatırımcıların aşırı getiri elde edebilmek için takvim anomalilerinden yararlanılmasının geçersiz bir çaba olacağını ve bu anomalilere dayalı olarak yapılacak işlemlerle elde edilecek aşırı getirilerin ise tesadüf sonucu olmaktan öteye geçemeyeceğini gösterecektir. Elde edilen bu sonuçtan hareketle yatırımcıların piyasada işlem gören varlıkların riske göre ayarlı getirilerinden daha yüksek getiri elde edebilmelerinin mümkün olup olmadığının belirlenebilmesi için daha farklı bilgi türlerinin fiyatlara yansıyor yansımamakta olduğunun araştırılması ve daha üst düzey etkinlik seviyelerinin test edilmesi gerektiği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- ABDİOĞLU, Z. & DEĞİRMENÇİ, N. (2013). İstanbul menkul kıymetler borsasında mevsimsel anomaliler. *Business and Economic Research Journal*, 4(3), 55-73.
- AHSAN, A.M. & SARKAR, A.H. (2013). Does January effect exist in Bangladesh? *International Journal of Business and Management*, 8(7), 82-89.
- ARIEL, R. A. (1987). A monthly effect in stock returns. *Journal of Financial Economics*, 18(1), 161-174.
- ASTERIOU, D. & KAVETSOS, G. (2006). Testing for the existence of the 'January effect' in transition economies. *Applied Financial Economics Letters*, 2(6), 375-381.
- ATAKAN, T. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda haftanın günü etkisi ve Ocak ayı anomalilerinin ARCH-GARCH modelleri ile test edilmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 98-110.
- AYTEKİN, S. & SAKARYA, Ş. (2014). Ocak ayı anomalisi: *Borsa İstanbul endeksleri üzerine bir uygulama. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(23), 137-155.
- BALINT, C. & GIÇA, O. (2012). Is the January effect present on the Romanian capital market? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 523-532.
- BARONE, E. (1990). The italian stock market: Efficiency and calendar anomalies. *Journal of Banking & Finance*, 14(2-3), 483-510.
- BERUMENT, H. & KIYMAZ, H. (2001). The day of the week effect on stock market volatility. *Journal of Economic and Finance*, 25(2), 181-193.
- BİLDİK, R. (1999). Hisse senedi piyasalarında dönemsellikler ve İMKB üzerine ampirik bir çalışma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.*
- BONDT, F. M. D. & THALER, R., (1985). Does the stock market overreact. *The Journal of Finance*, 40(3), 793-805.

- CHANG, E. C., CHENG, J. W. & KHORANA, A. (2000). An examination of herd behavior in equity markets: An international perspective. *Journal of Banking and Finance*, 24(10), 1651-1679.
- CHOUDHRY, T. (2000). Day of the week effect in emerging Asian stock markets: evidence from the GARCH model. *Applied Financial Economics*, 10(3), 235-242.
- COUTTS, J. A. & SHEIKH, M. A. (2002). The anomalies that aren't there: the weekend, January and pre-holiday effects on the all gold index on the Johannesburg Stock Exchange 1987-1997. *Applied Financial Economics*, 12(12), 863-871.
- CROSS, F. (1973). The behavior of stock prices on Fridays and Mondays. *Financial Analysts Journal*, 29(6), 67-69.
- DODD, O. & GAKHOVICH, A. (2011). The holiday effect in central and eastern European financial markets. *Investment Management and Financial Innovations*, 8(4), 29-35.
- DOYLE, J. R. & CHEN, C. H. (2009). The wandering weekday effect in major stock markets. *Journal of Banking & Finance*, 33(8), 1388-1399.
- EYÜBOĞLU, K. & EYÜBOĞLU, S. (2015). Examining the January Effect in Borsa İstanbul sector and subsector indices. *International Journal of Economic Perspectives*, 10(2), 103-110.
- FAMA, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417.
- FRENCH, K. R. (1980). Stock returns and the weekend effect. *Journal of Financial Economics*, 8(1), 55-69.
- GEORGANTOPOULOS, A. G., KENOURGIOS, D. F. & TSAMIS, A. D. (2011). Calendar anomalies in emerging Balkan equity markets. *International Economics & Finance Journal*, 67-82.
- GIBBONS, M. R. & HESS, P. (1981). Day of the week effects and asset returns. *The Journal of Business*, 54(4), 579-596.
- GU, A. Y. (2003). The declining January effect: evidences from the U.S. equity markets. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 43(2), 395-404.
- GÜÇ, E., SAÇAN, E., & KAPLAN Yıldırım, R. (2016). Borsa İstanbul'da haftanın günü anomalisinin ARCH, GARCH ve OLS modelleri ile test edilmesi. *Journal of international social research*, 9(44), 1084-1094.
- GÜMÜŞ, F. B. & DURMUŞKAYA, S. (2015). Vadeli işlem piyasalarında haftanın günleri etkisi ve tatil anomalisinin tespiti üzerine bir analiz. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 43-52.
- HARRIS, L. (1986). A transaction data study of weekly and intradaily patterns in stock returns. *Journal of Financial Economics*, 16(1), 99-117.
- HAUGEN, R. A. & JORION, P. (1996). The January Effect: Still there after all these year. *Financial Analysts Journal*, 52(1), 27-31.
- JAFFE, J. & WESTERFIELD, R. (1985). The week-end effect in common stock returns: *The International Evidence. The Journal of Finance*, 40(2), 433-454.
- KARAN, M. B. (2000). İMKB'de ihmal edilmiş hisse senedi etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 129-142.
- KARAN, M. B. (2002). İstanbul menkul kıymetler borsası sektör endekslerinde haftanın hünleri ve Ocak ayı etkilerinin test edilmesi. *İktisat İşletme ve Finans*, 17(190), 51-59.
- KARAN, M. B. (2004). Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi. *Ankara: Gazi Yayınları*.
- KARAN, M. B. & GÖNENÇ, H. (2003). Do value stocks earn higher returns than growth stocks in an emerging market? Evidence from the İstanbul Stock Exchange. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 14(1), 1-25.

- KARCIOĞLU, R. & ÖZER, N. (2017). BİST'de Haftanın günü ve tatil etkisi anomalilerinin getiri ve oynaklık üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 457-483.
- KEIM, D. B. & STAMBAUGH, R. F. (1984). A further investigation of the weekend effect in stock returns. *The Journal of Finance*, 39(3), 819-835.
- KHAN, M. S. & RABBANI, N. (2019). Market conditions and calendar anomalies in Japanese. *Asia-Pacific Financial Markets*, 26(2), 187-209.
- KIM, C.-W. & PARK, J. (1994). Holiday effects and stock returns: Further evidence. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 29(1), 145-157.
- KINATEDER, H., WEBER, K. & WAGNER, N. F. (2019). Revisiting calendar anomalies in BRICS countries. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 22(2), 213-236.
- KIYILAR, M. & KARAKAŞ, C. (2005). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda zamana dayalı anomalilere yönelik bir inceleme. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 16(52), 17-25.
- KUMAR, H. & JAWA, R. (2017). Efficient market hypothesis and calendar effects: Empirical evidences from the Indian Stock Markets. *Business Analyst*, 37(2), 145-160.
- KUNKEL, R. A., COMPTON, W. S. & BEYER, S. (2003). The turn-of-the-month effect still lives: the international evidence. *International Review of Financial Analysis*, 12(2), 207-221.
- LAKONISHOK, J. & LEVI, M. (1982). Weekend effects on stock returns: A note. *The Journal of Finance*, 37(3), 883-889.
- LAKONISHOK, J. & SMIDT, S. (1988). Are seasonal anomalies real? A ninety-year perspective. *The Review of Financial Studies*, 1(4), 403-425.
- MARRETT, G. J., & WORTHINGTON, A. C. (2009). An empirical note on the holiday effect in the Australian stock market, 1996–2006. *Applied Economics Letters*, 16(17), 1769-1772.
- MARTIKAINEN, T., PERTUNNEN, J. & PUTTONEN, V. (1995). Finnish turn of the month effects: Returns, volume, and implied volatility. *Journal of Futures Markets*, 15(6), 605-615.
- MCCONNELL, J. J. & XU, W. (2008). Equity returns at the turn of the month. *Financial Analysts Journal*, 64(2), 49-64.
- MENEU, V. & PARDO, A. (2004). Pre-holiday effect, large trades and small investor behaviour. *Journal of Empirical Finance*, 11(2), 231-246.
- ÖZMEN, T. (1997). Dünya borsalarında gözlemlenen anomaliler ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası üzerine bir deneme (Cilt 61). *Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları*.
- PATEL, J. B. (2016). The January effect anomaly reexamined in stock returns. *The Journal of Applied Business Research*, 32(1), 317-324.
- PLASTUN, A., SIBANDE, X., GUPTA, R. & WOHR, M. E. (2019). Rise and fall of calendar anomalies over a century. *North American Journal of Economics and Finance*, 49, 181-205.
- RENDON, J. & ZIEMBA, W. T. (2007). Is the January effect still alive in the futures markets. *Financial Markets and Portfolio Management*, 21, 381-396.
- ROZEFF, M. S. & KINNEY, W. R. (1976). Capital market seasonality: The case of stock returns. *Economics, Journal of Financial*, 3(4), 379-402.
- SAMUELSON, P. A. (1965). Proof that properly anticipated prices fluctuate randomly. *Industrial management review*, 6(2), 41-49.
- SHILLER, R. J. (1995). Conversation, information, and herd behavior. *The American Economic Review*, 85(2), 181-185.

- SHILLER R. J. (2003). From efficient markets theory to behavioral finance. *Journal of Economic Perspectives*, 17(1), 83-104.
- SMIRLOCK, M. & STARK, L. (1986). Day-of-the-week and intraday effects in stock returns. *Journal of Financial Economics*, 17(1), 197-210.
- ŞEN, M. (2003). Beklenti Teorisi ve ticari bankalarda uygulanması. *İktisat İşletme ve Finans*, 18(209), 82-92.
- THALER, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1(1), 39-60.
- THEOBALD, M. & PRICE, V. (1984). Seasonality estimation in thin markets. *The Journal of Finance*, 39(2), 377-392.
- TOIT, E., HALL, J. H. & PRADHAN, R. P. (2018). The day-of-the-week effect: South African stock market indices. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(2), 197-212.
- WACHTEL, S. B. (1942). Certain Observations on Seasonal Movements in Stock Prices. *The journal of business of the university of chicago*, 15(2), 184-193.
- WONG, K. A. (1995). Is there an intra-month effect on stock returns in developing stock markets? *Applied Financial Economics*, 5(5), 285-289.
- ZHANG, B. & LI, X. (2006). Do calendar effects still exist in the Chinese Stock Markets? *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 4(2), 151-163.

Summary

Especially after the 1980s, many researchers have started to reveal that there are anomalies in the financial markets that cannot be explained by the efficient market theory. There is a significant number of researches that present the effect of cognitive biases and emotional factors on decision making rather than the rational investing, presence of excess gains in the financial markets and the inability of reaching new information by all market participants. These findings put the Efficient Market Hypothesis at the centre of criticism. Some basic assumptions of the Efficient Market Hypothesis, such as; investors are rational, excess returns above the risk-adjusted return are only possible by chance and it is not possible to make any predictions about future asset seem to be invalid. Studies show that investors do not always make rational decisions, abnormal returns can be achieved in the markets, asset prices can be predicted and there are many pricing anomalies. As time passed, more and more such evidence became available, leading to questioning of the validity of the widely accepted Efficient Market Hypothesis and drawing attention to a new field called Behavioral Finance. The fact that Behavioral Finance literature is composed of different disciplines such as psychology, sociology and anthropology has made this new field even more interesting.

Although the first findings on calendar anomalies expressing the contradiction to the time independence of returns were included in the study of Watchel (1942), the number of studies increased since the 1980s after the pioneering research of De Bont and Thaler (1985) and Ariel (1987). The research on different stock markets presents the existence of calendar anomalies until the middle and even the end of the 2000s. However, the literature shows that after 2010 the presence of calendar anomalies is disappearing in many markets. Zhang et al. (2017) suggested that some of the main reasons why calendar anomalies cannot be observed in every period and every market are the application of different data sets and different methods. Schwert (2003), on the other hand, argued that the strategies used by investors to take advantage of anomalies make the markets more efficient and this can be one of the possible reasons for the disappearance of anomalies. On the other hand, Shiller

(2003) states that it is quite normal for anomalies to disappear or change from time to time, that this cannot be a proof that markets are becoming rational.

In this study, day of the week, month of the year, holiday, intra-month effect and turn of the month anomalies were examined in BIST 100, BIST 50, BIST 30, BIST Industry, BIST Banks and BIST Financials indices to investigate the existence of calendar anomalies in Borsa Istanbul. The time period is the twenty-year period between 1999 and 2019. The reason why the time series is no longer than twenty years is that in most of the studies conducted before the 2000s in the literature, the existence of calendar anomalies in Turkish stock markets has already been determined with a similar method and in this study, we can observe the total movement of all calendar anomalies in all the indexes considered. We constructed five different sub-periods. The findings are in parallel with the literature as almost all calendar anomalies seem to disappear in Borsa Istanbul as we approach the present day.

The Weekend Effect, whose existence was investigated in this study, was explored both for the Monday and Friday returns, which is the way the Weekend Anomaly is seen in the literature. This anomaly is observed only in the 1999-2003 sub-period. During the period under consideration, the Turn of The Month effect is observed in the first two periods in most of the indices. This anomaly could not be detected at the 5% significance level in any of the indices since the crisis period of 2008-2009 (except for the BIST-30 index for the 2010-2013 sub-period). The January Anomaly, which is one of the most studied and most popular calendar anomalies in the literature, could not be detected in any sub-period and on any index. On the other hand, although the definition of Intra-Month Anomaly in the literature is higher returns in the first half of the months than in the second half, in this study, it was observed that there are significantly higher returns in the second half, not in the first half of the month. While no difference was observed in the first half average returns of any index in any period, the second half average returns were significantly different from the first half returns in all indices in the 2004-2007 period. In addition, these differences are significant at the 10% level in the 2014 – 2018 period. We could not find evidence about the presence of the Holiday Anomaly in Borsa Istanbul in any subperiod.

When the general findings are evaluated, it is discovered that the calendar anomalies have become rare since the 2004 – 2007 period. The January and Pre-Holiday Anomaly cannot be detected. The results also demonstrate that the calendar anomalies weaken in recent periods in Borsa Istanbul. The disappearance of the anomalies in question may lead to questioning whether the market is becoming efficient. However, in order to be able to conclude this, some other market efficiency tests should also be implemented to see the results from different aspects. However, the disappearance of calendar anomalies will provide important information to market participants in the sense that it will give the practical result that a trading strategy that can continuously and systematically generate excessive returns based on this information can no longer be produced.

Ek 1: Günlük İtibariyle BİST 30, BİST 50 ve BİST 100 Endeks Getirilerine İlişkin Özet İstatistikler

	BİST 30				BİST 50				BİST 100			
	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe
0.15%	0.57%	0.62%	-0.82%	-0.12%	-0.03%	0.55%	0.43%	-0.52%	0.00%	0.15%	0.49%	0.61%
3.55%	3.43%	3.01%	3.56%	3.13%	3.47%	2.80%	3.64%	3.26%	0.00%	3.37%	3.43%	2.89%
0.00%	0.04%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.83%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
0.09%	0.17%	0.25%	-0.13%	0.03%	-0.01%	0.07%	0.17%	-0.08%	0.04%	0.11%	0.20%	0.27%
1.79%	2.04%	1.74%	2.18%	1.90%	1.88%	2.11%	2.04%	1.80%	1.68%	1.69%	1.90%	1.62%
30.44%	2.67%	55.04%	0.00%	9.74%	0.19%	1.11%	0.00%	0.00%	2.87%	33.79%	0.23%	22.54%
0.03%	0.00%	-0.05%	-0.03%	-0.06%	0.01%	0.04%	0.00%	-0.01%	-0.04%	0.01%	0.00%	-0.01%
2.41%	2.40%	2.53%	2.67%	2.13%	2.29%	2.40%	2.44%	2.61%	2.05%	2.21%	2.31%	2.41%
44.52%	45.47%	0.00%	0.00%	56.89%	49.79%	23.35%	0.00%	0.00%	60.24%	47.36%	28.87%	0.00%
0.00%	0.00%	0.01%	0.07%	0.13%	-0.02%	-0.08%	0.01%	0.08%	0.13%	-0.02%	-0.08%	0.01%
1.58%	1.79%	1.54%	1.81%	1.48%	1.50%	1.71%	1.47%	1.78%	1.44%	1.44%	1.66%	1.43%
0.04%	0.00%	0.09%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.04%	0.00%	0.00%
0.01%	0.06%	-0.05%	0.12%	-0.01%	0.01%	0.04%	-0.04%	0.12%	-0.02%	0.00%	0.05%	-0.04%
1.30%	1.37%	1.13%	1.46%	1.40%	1.26%	1.32%	1.09%	1.44%	1.36%	1.23%	1.30%	1.05%
0.00%	11.41%	14.94%	0.00%	13.73%	0.00%	8.64%	4.76%	0.00%	5.80%	0.00%	4.28%	2.99%

			Pazartesi	Salı
1999-2003	Ortalama		-0,50%	0,00%
	Standart Sapma		3,75%	3,40%
	Jarque-Bera p-değeri		0,00%	0,00%
2004-2007	Ortalama		-0,07%	0,03%
	Standart Sapma		1,90%	1,78%
	Jarque-Bera p-değeri		0,00%	15,89%
2008-2009	Ortalama		0,04%	-0,02%
	Standart Sapma		2,89%	2,29%
	Jarque-Bera p-değeri		0,00%	34,18%
2010-2013	Ortalama		0,07%	0,13%
	Standart Sapma		1,86%	1,55%
	Jarque-Bera p-değeri		0,00%	0,00%
2014-2018	Ortalama		0,12%	-0,02%
	Standart Sapma		1,48%	1,43%
	Jarque-Bera p-değeri		0,00%	33,00%

Ek 2: Günlere İtibariyle BİST Finansallar, BİST Bankalar ve BİST Sanayi Endeks Getirilerine İlişkin Özet İstatistikler

BİST Bankalar			BİST Sanayi				Cuma
Çarşamba	Perşembe	Cuma	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma
0,08%	0,57%	0,63%	-0,54%	-0,01%	0,13%	0,66%	0,60%
3,91%	3,84%	3,31%	3,19%	2,85%	3,02%	3,01%	2,56%
0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
0,12%	0,24%	0,23%	-0,05%	0,00%	-0,08%	-0,15%	0,15%
2,10%	2,32%	1,99%	1,46%	1,42%	1,48%	1,50%	1,40%
13,68%	19,17%	40,78%	0,00%	8,52%	0,00%	0,00%	0,00%
0,09%	0,20%	-0,06%	0,07%	0,08%	-0,13%	-0,04%	-0,04%
3,00%	3,03%	3,15%	2,16%	1,78%	1,83%	1,79%	1,84%
68,17%	28,48%	0,00%	0,00%	31,48%	0,09%	3,21%	0,00%
0,01%	-0,13%	-0,04%	0,16%	0,16%	0,03%	-0,09%	-0,02%
1,95%	2,20%	1,90%	1,66%	1,21%	1,12%	1,37%	1,23%
1,94%	0,00%	4,65%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
0,01%	-0,02%	-0,05%	0,14%	0,01%	0,01%	0,07%	-0,03%
1,94%	1,89%	1,60%	1,21%	1,16%	1,05%	1,15%	0,96%
0,00%	0,66%	0,04%	0,00%	0,00%	2,85%	0,00%	0,00%

		BIST Finansallae							
		Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Pazartesi	Salı	
1999-2003	Ortalama	-0,52%	0,02%	0,11%	0,59%	0,59%	-0,54%	0,04%	
	Standart Sapma	3,96%	3,59%	3,69%	3,61%	3,12%	4,17%	3,85%	
	Jarque-Bera p-değeri	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
2004-2007	Ortalama	-0,08%	0,04%	0,11%	0,20%	0,27%	-0,09%	0,12%	
	Standart Sapma	1,77%	1,68%	1,65%	1,90%	1,61%	2,20%	2,03%	
	Jarque-Bera p-değeri	0,00%	2,87%	33,79%	0,23%	22,54%	0,23%	0,38%	
2008-2009	Ortalama	-0,01%	-0,04%	0,01%	0,00%	-0,01%	0,02%	-0,11%	
	Standart Sapma	2,61%	2,05%	2,21%	2,31%	2,41%	3,29%	2,57%	
	Jarque-Bera p-değeri	0,00%	60,24%	47,36%	28,87%	0,00%	0,20%	62,53%	
2010-2013	Ortalama	0,05%	0,12%	-0,01%	-0,10%	-0,01%	0,03%	0,13%	
	Standart Sapma	2,02%	1,68%	1,72%	1,95%	1,68%	2,20%	1,88%	
	Jarque-Bera p-değeri	0,00%	0,00%	0,70%	0,00%	0,17%	0,00%	0,00%	
2014-2018	Ortalama	0,12%	-0,06%	0,02%	0,02%	-0,05%	0,12%	-0,07%	
	Standart Sapma	1,76%	1,61%	1,49%	1,54%	1,26%	2,20%	1,99%	
	Jarque-Bera p-değeri	0,00%	38,06%	0,00%	5,98%	25,25%	0,00%	12,22%	

EK 3: Aylar İtibariyle BİST 30 ve BİST 50 Endeks Getirilerine İlişkin Özet İstatistikler

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	
BİST 30	Ortalama	0,0015	0,0011	-0,0011	0,0096	-0,0042	-0,0022	0,0004	-0,0020	-0,0014	0,0080	0,0089	
	Std.sapma	0,0386	0,0437	0,0408	0,0351	0,0268	0,0265	0,0332	0,0233	0,0259	0,0280	0,0386	
	İB p-dğr	0,0019	0,0000	0,0100	0,0024	0,8456	0,1614	0,1218	0,0000	0,0000	0,0005	0,6865	0,0000
	Ortalama	0,0023	0,0024	-0,0011	-0,0017	-0,0011	0,0007	0,0036	0,0008	0,0026	0,0019	0,0002	0,0021
	Std.sapma	0,0207	0,0191	0,0202	0,0182	0,0212	0,0183	0,0185	0,0192	0,0167	0,0182	0,0163	0,0141
	İB p-dğr	0,8538	0,5440	0,3490	0,8144	0,0000	0,4777	0,1345	0,0022	0,0000	0,5854	0,2340	0,1471
	Ortalama	-0,0074	-0,0012	-0,0015	0,0076	-0,0004	-0,0020	0,0082	0,0002	-0,0013	-0,0062	-0,0029	0,0050
	Std.sapma	0,0275	0,0257	0,0242	0,0212	0,0179	0,0162	0,0223	0,0179	0,0295	0,0368	0,0312	0,0203
	İB p-dğr	0,8031	0,6013	0,1563	0,3706	0,7001	0,6812	0,0480	0,5731	0,0000	0,7192	0,0025	0,0365
	Ortalama	0,0010	-0,0010	0,0033	0,0007	-0,0035	0,0002	0,0007	-0,0022	0,0038	0,0012	-0,0012	-0,0013
	Std.sapma	0,0149	0,0164	0,0131	0,0120	0,0193	0,0217	0,0145	0,0191	0,0178	0,0143	0,0168	0,0174
	İB p-dğr	0,0179	0,4241	0,0203	0,8766	0,0021	0,0000	0,7524	0,0000	0,0000	0,0576	0,6266	0,0013
Ortalama	0,0009	0,0000	0,0012	0,0007	-0,0003	-0,0004	0,0007	-0,0009	-0,0007	0,0013	-0,0003	0,0005	
Std.sapma	0,0135	0,0132	0,0135	0,0127	0,0125	0,0140	0,0162	0,0140	0,0121	0,0123	0,0145	0,0131	
İB p-dğr	0,6893	0,8299	0,0026	0,8842	0,5973	0,0023	0,0000	0,9805	0,3861	0,4758	0,0089	0,1042	
Ortalama	0,0009	-0,0047	-0,0033	0,0096	-0,0045	-0,0027	-0,0012	-0,0004	-0,0042	0,0087	-0,0011	0,0032	
Std.sapma	0,0344	0,0445	0,0425	0,0308	0,0256	0,0241	0,0311	0,0197	0,0257	0,0280	0,0398	0,0437	
İB p-dğr	0,4952	0,0000	0,0379	0,0002	0,5872	0,9131	0,0512	0,4211	0,0045	0,0027	0,4907	0,0000	
Ortalama	-0,0008	0,0023	-0,0019	-0,0002	-0,0017	-0,0007	0,0046	0,0000	0,0012	-0,0008	-0,0005	0,0023	
Std.sapma	0,0217	0,0199	0,0214	0,0173	0,0197	0,0173	0,0196	0,0182	0,0219	0,0262	0,0222	0,0158	
İB p-dğr	0,6899	0,9987	0,0462	0,9163	0,0000	0,4856	0,1543	0,0011	0,0000	0,0000	0,0000	0,0010	
Ortalama	-0,0070	-0,0008	-0,0016	0,0075	0,0000	-0,0019	0,0076	0,0004	-0,0015	-0,0064	-0,0031	0,0047	
Std.sapma	0,0266	0,0243	0,0234	0,0200	0,0172	0,0156	0,0206	0,0176	0,0282	0,0349	0,0296	0,0189	
İB p-dğr	0,9267	0,5679	0,0437	0,3599	0,6213	0,7012	0,0683	0,6882	0,0000	0,7562	0,0109	0,0217	
Ortalama	0,0005	-0,0015	0,0031	0,0026	-0,0015	0,0007	0,0019	-0,0009	0,0031	0,0008	-0,0013	0,0004	
Std.sapma	0,0175	0,0174	0,0132	0,0148	0,0186	0,0205	0,0136	0,0182	0,0164	0,0147	0,0156	0,0164	
İB p-dğr	0,0006	0,3335	0,0058	0,0000	0,0005	0,0000	0,1366	0,0000	0,0000	0,1384	0,6650	0,0001	
Ortalama	0,0009	0,0000	0,0013	0,0007	-0,0002	-0,0003	0,0007	-0,0008	-0,0007	0,0012	-0,0004	0,0005	
Std.sapma	0,0130	0,0128	0,0129	0,0122	0,0121	0,0137	0,0161	0,0138	0,0118	0,0121	0,0140	0,0128	
İB p-dğr	0,6912	0,7901	0,0243	0,9050	0,5467	0,0014	0,0000	0,9258	0,3401	0,2435	0,0016	0,0278	
BİST 50	Ortalama	0,0015	0,0011	-0,0011	0,0096	-0,0042	-0,0022	0,0004	-0,0020	-0,0014	0,0080	0,0089	
	Std.sapma	0,0386	0,0437	0,0408	0,0351	0,0268	0,0265	0,0332	0,0233	0,0259	0,0280	0,0386	
	İB p-dğr	0,0019	0,0000	0,0100	0,0024	0,8456	0,1614	0,1218	0,0000	0,0000	0,0005	0,6865	0,0000
	Ortalama	0,0023	0,0024	-0,0011	-0,0017	-0,0011	0,0007	0,0036	0,0008	0,0026	0,0019	0,0002	0,0021
	Std.sapma	0,0207	0,0191	0,0202	0,0182	0,0212	0,0183	0,0185	0,0192	0,0167	0,0182	0,0163	0,0141
	İB p-dğr	0,8538	0,5440	0,3490	0,8144	0,0000	0,4777	0,1345	0,0022	0,0000	0,5854	0,2340	0,1471
	Ortalama	-0,0074	-0,0012	-0,0015	0,0076	-0,0004	-0,0020	0,0082	0,0002	-0,0013	-0,0062	-0,0029	0,0050
	Std.sapma	0,0275	0,0257	0,0242	0,0212	0,0179	0,0162	0,0223	0,0179	0,0295	0,0368	0,0312	0,0203
	İB p-dğr	0,8031	0,6013	0,1563	0,3706	0,7001	0,6812	0,0480	0,5731	0,0000	0,7192	0,0025	0,0365
	Ortalama	0,0010	-0,0010	0,0033	0,0007	-0,0035	0,0002	0,0007	-0,0022	0,0038	0,0012	-0,0012	-0,0013
	Std.sapma	0,0149	0,0164	0,0131	0,0120	0,0193	0,0217	0,0145	0,0191	0,0178	0,0143	0,0168	0,0174
	İB p-dğr	0,0179	0,4241	0,0203	0,8766	0,0021	0,0000	0,7524	0,0000	0,0000	0,0576	0,6266	0,0013

Ek 4: Aylar İtibariyle BİST 100 ve BİST Finansallar Endeks Getirilerine İlişkin Özet İstatistikler

		Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1999 - 2003	Ortalama	0,0017	0,0004	-0,0008	0,0094	-0,0042	-0,0024	0,0004	-0,0018	-0,0016	0,0078	0,0016	0,0085
	Std.sapma	0,0370	0,0427	0,0398	0,0336	0,0256	0,0252	0,0318	0,0220	0,0254	0,0262	0,0372	0,0450
	İB p-dğr	0,0007	0,0000	0,0040	0,0077	0,8470	0,2159	0,1494	0,0000	0,0000	0,0002	0,5990	0,0000
2004 - 2007	Ortalama	-0,0008	0,0023	-0,0019	-0,0003	-0,0015	-0,0008	0,0044	0,0001	0,0011	-0,0009	-0,0004	0,0023
	Std.sapma	0,0212	0,0191	0,0210	0,0170	0,0196	0,0171	0,0188	0,0178	0,0215	0,0255	0,0216	0,0150
	İB p-dğr	0,5846	0,9961	0,0290	0,9275	0,0000	0,2461	0,1343	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0028
2008 - 2009	Ortalama	-0,0069	-0,0007	-0,0015	0,0074	0,0004	-0,0018	0,0071	0,0007	-0,0017	-0,0066	-0,0030	0,0046
	Std.sapma	0,0263	0,0234	0,0228	0,0191	0,0164	0,0149	0,0197	0,0169	0,0279	0,0341	0,0292	0,0180
	İB p-dğr	0,9372	0,5496	0,0177	0,3734	0,6334	0,7366	0,0418	0,7112	0,0000	0,6609	0,0112	0,0483
2010 - 2013	Ortalama	0,0006	-0,0013	0,0032	0,0027	-0,0015	0,0006	0,0018	-0,0010	0,0031	0,0005	-0,0013	0,0005
	Std.sapma	0,0171	0,0171	0,0128	0,0141	0,0182	0,0202	0,0132	0,0179	0,0159	0,0141	0,0149	0,0159
	İB p-dğr	0,0002	0,2905	0,0017	0,0000	0,0001	0,0000	0,1346	0,0000	0,0000	0,0996	0,7294	0,0000
2014 - 2018	Ortalama	0,0009	0,0000	0,0013	0,0008	-0,0003	-0,0004	0,0006	-0,0009	-0,0006	0,0012	-0,0004	0,0005
	Std.sapma	0,0126	0,0125	0,0124	0,0118	0,0117	0,0135	0,0159	0,0136	0,0115	0,0118	0,0137	0,0125
	İB p-dğr	0,7966	0,7688	0,0257	0,9406	0,4882	0,0001	0,0000	0,8445	0,3431	0,2139	0,0004	0,0103
1999 - 2003	Ortalama	0,0021	0,0006	-0,0009	0,0096	-0,0036	-0,0030	-0,0003	-0,0023	-0,0017	0,0084	0,0023	0,0093
	Std.sapma	0,0408	0,0448	0,0432	0,0359	0,0282	0,0281	0,0351	0,0249	0,0273	0,0298	0,0415	0,0473
	İB p-dğr	0,0373	0,0000	0,0042	0,0016	0,8348	0,3286	0,0461	0,0000	0,0000	0,0001	0,2053	0,0000
2004 - 2007	Ortalama	0,0027	0,0028	-0,0016	-0,0014	-0,0013	0,0004	0,0044	0,0008	0,0027	0,0019	0,0003	0,0026
	Std.sapma	0,0231	0,0206	0,0214	0,0189	0,0226	0,0198	0,0199	0,0208	0,0178	0,0192	0,0185	0,0154
	İB p-dğr	0,8303	0,6041	0,3935	0,9256	0,0000	0,4654	0,1407	0,0026	0,0000	0,5449	0,2842	0,0686
2008 - 2009	Ortalama	-0,0082	-0,0029	-0,0009	0,0096	-0,0001	-0,0031	0,0103	0,0008	-0,0019	-0,0071	-0,0041	0,0055
	Std.sapma	0,0290	0,0263	0,0266	0,0248	0,0204	0,0186	0,0246	0,0196	0,0334	0,0421	0,0339	0,0212
	İB p-dğr	0,8945	0,4600	0,3458	0,4920	0,5479	0,8754	0,1340	0,6033	0,0000	0,5100	0,0083	0,0017
2010 - 2013	Ortalama	0,0002	-0,0019	0,0040	0,0032	-0,0012	0,0004	0,0021	-0,0011	0,0030	0,0006	-0,0018	0,0001
	Std.sapma	0,0205	0,0195	0,0161	0,0182	0,0216	0,0224	0,0167	0,0207	0,0187	0,0175	0,0170	0,0184
	İB p-dğr	0,0001	0,3282	0,0021	0,0000	0,0251	-0,0000	0,1279	0,0000	0,0000	0,2528	0,8027	0,0040
2014 - 2018	Ortalama	0,0013	-0,0005	0,0008	0,0011	-0,0005	-0,0004	-0,0002	-0,0014	-0,0007	0,0011	-0,0003	0,0006
	Std.sapma	0,0149	0,0150	0,0150	0,0143	0,0140	0,0155	0,0191	0,0164	0,0148	0,0146	0,0165	0,0147
	İB p-dğr	0,4675	0,9723	0,0009	0,6844	0,8085	0,0000	0,0000	0,5667	0,5096	0,3931	0,0000	0,0609

Ek 5: Aylar İtibarıyla BİST Bankalar ve BİST Sanayi Endeks Getirilerine İlişkin Özet İstatistikler

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1999 - 2003	Ortalama	0.0025	0.0009	-0.0020	0.0107	-0.0037	-0.0034	-0.0015	-0.0017	0.0079	0.0026	0.0100
	Std.sapma	0.0447	0.0455	0.0455	0.0389	0.0300	0.0311	0.0377	0.0289	0.0320	0.0439	0.0490
	JB p-dğr.	0.0669	0.0000	0.0078	0.0003	0.8595	0.3925	0.0085	0.0000	0.0000	0.0072	0.0212
2004 - 2007	Ortalama	0.0026	0.0031	-0.0018	-0.0008	-0.0012	0.0006	0.0044	0.0030	0.0024	0.0012	0.0030
	Std.sapma	0.0252	0.0221	0.0231	0.0191	0.0233	0.0204	0.0210	0.0223	0.0194	0.0208	0.0170
	JB p-dğr.	0.4872	0.6736	0.2635	0.8731	0.0020	0.6304	0.1813	0.0147	0.0000	0.6217	0.4335
BİST Bankalar	Ortalama	-0.0084	-0.0035	-0.0006	0.0096	-0.0012	-0.0038	0.0116	-0.0013	-0.0063	-0.0039	0.0060
	Std.sapma	0.0304	0.0285	0.0283	0.0276	0.0225	0.0218	0.0281	0.0367	0.0438	0.0359	0.0236
	JB p-dğr.	0.8565	0.5015	0.8126	0.3958	0.7498	0.9383	0.4255	0.3927	0.0000	0.4933	0.0425
2010 - 2013	Ortalama	0.0002	-0.0008	0.0037	0.0004	-0.0030	0.0006	0.0004	-0.0022	0.0039	-0.0012	-0.0022
	Std.sapma	0.0195	0.0205	0.0170	0.0151	0.0235	0.0247	0.0190	0.0229	0.0216	0.0188	0.0190
	JB p-dğr.	0.2220	0.5105	0.0018	0.9069	0.0783	0.0000	0.9113	0.0000	0.0000	0.0838	0.6785
2014 - 2018	Ortalama	0.0016	-0.0009	0.0008	0.0010	-0.0003	-0.0008	-0.0006	-0.0004	0.0015	-0.0001	0.0004
	Std.sapma	0.0185	0.0180	0.0185	0.0179	0.0170	0.0182	0.0233	0.0216	0.0200	0.0198	0.0182
	JB p-dğr.	1.1381	0.9588	0.0080	0.3984	0.9794	0.0000	0.0000	0.0115	0.0534	0.0000	0.0085
1999 - 2003	Ortalama	0.0021	-0.0001	0.0002	0.0093	-0.0035	-0.0016	0.0014	-0.0010	0.0064	0.0012	0.0063
	Std.sapma	0.0339	0.0404	0.0352	0.0301	0.0219	0.0214	0.0259	0.0185	0.0231	0.0318	0.0427
	JB p-dğr.	0.0010	0.0000	0.0002	0.2029	0.8710	0.1674	0.3632	0.0000	0.0058	0.0024	0.6111
2004 - 2007	Ortalama	0.0019	0.0020	0.0003	-0.0022	-0.0006	0.0001	0.0028	0.0022	0.0014	0.0001	0.0020
	Std.sapma	0.0141	0.0132	0.0163	0.0151	0.0197	0.0158	0.0121	0.0147	0.0127	0.0108	0.0097
	JB p-dğr.	0.2860	0.1245	0.0013	0.5673	0.0000	0.0000	0.1386	0.0000	0.0339	0.6246	0.9352
BİST Sanayi	Ortalama	-0.0054	0.0019	-0.0004	0.0054	0.0015	0.0006	0.0030	-0.0030	-0.0066	-0.0041	0.0032
	Std.sapma	0.0235	0.0174	0.0187	0.0111	0.0149	0.0120	0.0148	0.0213	0.0282	0.0251	0.0139
	JB p-dğr.	0.8994	0.3258	0.0000	0.3701	0.2029	0.2918	0.0000	0.4909	0.0000	0.6018	0.0638
2010 - 2013	Ortalama	0.0019	0.0001	0.0028	0.0014	-0.0036	0.0003	0.0004	0.0037	0.0020	-0.0006	-0.0001
	Std.sapma	0.0105	0.0143	0.0088	0.0087	0.0153	0.0198	0.0093	0.0186	0.0137	0.0088	0.0137
	JB p-dğr.	0.0074	0.0000	0.0000	0.0007	0.0000	0.0000	0.9401	0.0000	0.0354	0.0000	0.0030
2014 - 2018	Ortalama	0.0009	0.0003	0.0017	0.0011	-0.0001	0.0001	0.0011	-0.0007	0.0009	-0.0012	0.0006
	Std.sapma	0.0102	0.0101	0.0098	0.0097	0.0102	0.0120	0.0137	0.0127	0.0098	0.0109	0.0116
	JB p-dğr.	0.9860	0.6374	0.2408	0.3976	0.1262	0.0067	0.0000	0.0030	0.5227	0.0000	0.2566

Pay Senedi, Emtia, Döviz ve Dijital Para Piyasaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Türkiye Örneği*

Namıka BOYACIOĞLU**, Arife ÖZDEMİR HÖL***, Nazlıgöl GÜLCAN****

Öz

Çalışmada pay senedi, emtia, döviz ve dijital para piyasası arasındaki ilişki ülke ekonomisinde meydana gelen yapısal kırılmaları da dikkate alarak analiz edilmiş ve geniş bir literatür çalışmasına yer verilmiştir. Analiz 19.07.2010-19.03.2020 dönemi günlük fiyat verileri kullanılarak Carrion-i Silvestre, Kim ve Perron (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök, Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme ve Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testleri ile yapılmıştır. Yapılan eşbütünleşme testi sonucunda BİST 100 Endeksi ile Bitcoin fiyatı, ABD Dolar kuru, Brent petrol fiyatının uzun dönemde denge içerisinde birlikte hareket ettikleri ortaya çıkmıştır. Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testi sonuçlarına göre BİST 100 Endeksi'ndeki negatif şoklardan petrol fiyatları, dolar kuru ve Bitcoin pozitif şoklarına doğru, petrol fiyatlarındaki negatif şoklardan BİST 100 Endeksi pozitif şoklarına doğru bir nedensellik olduğu görülmektedir. Ayrıca BİST 100 Endeksi pozitif şoklarından dolar kuru negatif şoklarına, BİST 100 Endeksi negatif şoklarından dolar kuru negatif şoklarına, dolar kuru pozitif şoklarından BİST 100 Endeksi pozitif şoklarına, dolar kuru negatif şoklarından BİST 100 Endeksi pozitif ve negatif şoklarına doğru nedensellik olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Piyasa, Yapısal Kırılma, Birim Kök, Eşbütünleşme, Nedensellik

Investigation of the Relationship Between Stock, Commodity, Foreign Exchange and Digital Money Markets

Abstract

In the study, the relationship between stock, commodity, foreign exchange and digital money markets is analyzed in a way that takes into account the structural breaks



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 15.06.2021

Kabul/Accepted: 28.02.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.950999>

* Bu çalışma, İstanbul Gelişim Üniversitesi tarafından düzenlenen 5. Uluslararası Ekonomi ve Finans Konferansı'nda bildiri olarak sunulmuştur.

** Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Gölhisar Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, Burdur, Türkiye. E-posta: nboyacioglu@mehmetakif.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8338-3574>

*** Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Burdur, Türkiye. E-posta: aozdemir@mehmetakif.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9902-9174>

**** Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Burdur, Türkiye. E-posta: nazligulgulcan@mehmetakif.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-1390-0820>

in the country's economy, and a large literature study is included. Analysis used daily price data for the period 19.07.2010-19.03.2020, Carrion-i Silvestre, Kim and Perron (2009) unit root with multiple structural break, Maki (2012) cointegration with multiple structural break and Hatemi-J (2012) asymmetric causality tests. As a result of the cointegration test, it was revealed that the BIST 100 Index and the Bitcoin price, the US Dollar rate, and the Brent oil price moved together in the long term in equilibrium. According to the results of the asymmetric causality test of Hatemi-J (2012), it is seen that there is a causality from negative shocks in BIST 100 Index to positive shocks in oil prices, dollar rate and Bitcoin and from negative shocks in oil prices to positive shocks in BIST 100 Index. In addition, from positive shocks in BIST 100 Index to negative shocks in the dollar rate, from in BIST 100 Index negative shocks to dollar rate negative shocks, from dollar rate positive shocks to BIST 100 Index positive shocks.

Keywords: Financial Market, Structural Break, Unit Root, Cointegration, Causality

Giriş

1990'lı yıllardan sonra uluslararası sistemin yeni bir yapıya kavuşması ile birlikte finansal küreselleşme dönemi başlamıştır. Finansal küreselleşme ile finans piyasaları bütünleşerek sermaye hareketleri hız kazanmış, esnek kur sistemine geçilmesi ile de uluslararası ticaretin boyutu artmıştır. Bu durum tüm dünyanın ekonomik göstergeleri ile finansal sistemlerinde hızlı ve ani değişimlere sebep olmuştur. Faiz oranlarındaki serbestleşme ve sermayenin serbest dolaşımına açılması ile oluşan fiyat hareketliliği, yatırımcıların portföy oluşumları ile yabancı ülkelerle ticaret yapan büyük işletmelerin gelir ve gider durumlarını etkilemektedir. Bu etkiler sonucunda da pay senedi fiyatları değişime uğramaktadır. Ayrıca finans literatüründe yapılan birçok çalışmada pay senedi fiyatlarında meydana gelen artış ve azalışların makroekonomik faktörlerden kaynaklanabileceği savunulmaktadır. İşletmelerin pay senetleri, pay senedine yatırım yapan yatırımcıların temettü kazancı elde etmenin yanında pay senetlerinin fiyat değişimlerinden faydalanarak getiri elde etme isteklerinden dolayı oldukça önemlidir. Aynı zamanda pay senetleri işlem gören işletmeler açısından da pay senetlerinin değer kazanıp kazanmaması da önem arz eden bir durumdur. Ekonominin en önemli göstergelerinden biri olan pay senedi piyasaları, likiditeyi artırıp ülkenin ekonomik kalkınmasının ihtiyaç duyduğu fonu sağlayarak ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Bu yüzden pay senedi fiyatlarının gelecekte nasıl bir seyir izleyeceği, fiyatların nelerden etkilenebileceği de oldukça önem arz etmiş ve pek çok araştırmanın konusunu oluşturmıştır.

Pay senedi fiyatları ile ilişki içerisinde olan piyasalardan biri emtia piyasalarıdır. Emtia piyasalarında altın, gümüş, paladyum, doğalgaz, petrol, buğday, pamuk vb. gibi varlıklar yer almaktadır. Bu çalışmada tüm dünyayı ekonomik olarak etkileyen en önemli enerji kaynaklarından biri olan petrol, emtia piyasalarını temsilen tercih edilmiştir. Çağdaş ekonomilerde petrol fiyatlarındaki değişimin sermaye piyasalarını etkilediği kabul görmektedir. Modernleşme, sanayileşme ve kentleşmenin artması ile birlikte üretimde ve ulaşımda petrole olan talep de artmaktadır. Petrol fiyatlarının ülkelerin ekonomileri üzerindeki etkisi, petrolü ithal ya da ihrac eden olması açısından değişiklik göstermektedir. Petrol fiyatlarının artması, petrolü ihrac eden ülkeler açısından ihracat gelirlerinin artması ve devlet bütçesinin olumlu etkilenmesini sağlarken; ülkemiz gibi petrolü ithal eden ülkeler açısından bakıldığında ise petrol fiyatlarındaki artış, ülkenin dış ticaret dengesinin önemli ölçüde değişimlere uğramasına neden olmaktadır. Bu da ülkenin dış borçlanmasının artmasına dolayısıyla ülke ekonomisinin olumsuz olarak

etkilenmesine yol açmaktadır. Aynı zamanda birçok sektör tarafından da girdi olarak kullanılan petrol fiyatlarının artması girdi maliyetlerini artırarak işletmelerin nakit akış dengesinin bozulmasına neden olmaktadır. Petrol fiyatlarının artması ile birlikte maliyet enflasyonu ortaya çıkmaktadır. Bu durum satın alma gücünün zayıflamasına, satın almada ortaya çıkan bu zayıflama da talebin azalmasına neden olarak yatırımların azalmasına sebebiyet vermektedir (Karhan ve Aydın, 2018, s. 406). Petrol fiyatlarındaki artış sonucu ortaya çıkan bu maliyet enflasyonunu merkez bankaları faiz artırımına giderek kontrol altına almaya çalışırlar. Faizlerdeki artış ile birlikte yatırımcılar yatırımlarını daha çok hazine bonusu ve tahvile yaparak pay senetleri üzerindeki talebin azalmasına neden olurlar. Talepteki bu azalma ise pay senedi fiyatlarına yansiyarak fiyatların olumsuz etkilenmesine yol açmaktadır (Abdioğlu ve Değirmenci, 2014, s. 3).

Petrol fiyatlarının sektörlere olan etkisinin yanı sıra yatırımcılara olan etkisi de oldukça fazladır. Çünkü artık petrolün alternatif bir yatırım aracı olarak tercih edilmesi ekonomideki etkisini artırmaktadır. Yatırımların ve ticaretin uluslararası boyut kazanması ile birlikte ülkelerin ekonomik durumları birbirini etkiler duruma gelmiştir. Petrolün hem yatırım aracı olarak kullanılması hem de sektörlerin girdi olarak kullanması, petrol fiyatındaki değişimlerden yatırımcıların ve sektörlerin olumlu ya da olumsuz etkilenmelerine sebep olmaktadır. Finans piyasalarında önemli bir faktör olarak yer alan petrol, uluslararası ekonomik faaliyetleri etkilemektedir (Karcıoğlu, Özcan ve Ağırman, 2017, s. 301). Petrol ithal eden ülkeler arasında yer alan Türkiye, petrol fiyatlarının artması ile hem petrolü girdi olarak kullanan sanayi işletmeleri açısından hem de ülkenin dış ticaret dengesinin değişime uğraması açısından olumsuz olarak etkilenmektedir.

Finansal piyasalarda pay senedi fiyatlarının üzerinde etkisi olduğu düşünölen bir başka değişken de döviz kurlarıdır. Finansal liberalleşme ile birlikte sermayenin uluslararası dolaşım hızının artması, ülkelerin finansal yapılarının varyasyona uğramasına sebebiyet vererek pay senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki etkileşimin de karmaşık bir duruma dönüşmesine neden olmuştur. Pay senedi ile döviz kurları arasındaki ilişkinin karmaşıklığı da teorik olarak görüş birliğine varılamaması sonucunu doğurmuştur. Finans literatüründe söz konusu iki değişken arasındaki ilişkiyi açıklayan geleneksel ve portföy teorisi şeklinde iki farklı teori vardır. Döviz kurlarından pay senetlerine doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu savunan geleneksel teorinin tersine portföy teorisinde pay senetlerinden döviz kurlarına doğru bir nedensellik olduğu belirlenmiştir. Geleneksel yaklaşım döviz kurlarındaki artışın yani ulusal paradaki değer azalışının ulusal işletmelerin ihracatlarında artış yarattığını savunmaktadır. İşletmelerin rekabet ederek ihracatlarını artırması pay senedi fiyatlarını da artıracaktır (Muhammad ve Rashedd, 2004, s. 537). Yani sonuç olarak geleneksel yaklaşımın savunduğu döviz kurundan pay senetlerine doğru nedensellik ilişkisinin olduğu ortaya çıkacaktır. Portföy yaklaşımına göre ise pay senedi piyasasındaki artış dış ülkelere sermaye akımını sağlayacak ve böylece ulusal paranın yabancı paralar karşısındaki değeri artacaktır. Tam tersi durumda ise pay senetlerinin fiyatlarındaki azalış, yerli yatırımcıların servet kayıplarına ve ülkeden dış ülkelere doğru sermaye akışına sebebiyet vererek ulusal paranın değer azalışına neden olacaktır (Belen ve Karamelikli, 2016, s. 34). Böylece portföy teorisinde savunulan pay senetlerinden döviz kuruna doğru bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkacaktır. Sonuç olarak her iki yaklaşımda da savunulan döviz kurları ile pay senedi fiyatları arasında anlamlı bir ilişki olduğudur. Döviz kurundaki ani değişimler ile ortaya çıkan ulusal paranın değer azalışı özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sektör ve işletmelerin üretim maliyetlerinin artmasına ve karlılığının düşmesine yol açarak söz konusu işletmelerin pay senedi fiyatlarını olumsuz yönde etkileyecektir. Ayrıca yatırımcıların daha fazla kazanç sağlayacaklarını düşündükleri döviz piyasası Borsa İstanbul gibi gelişmekte olan bir ülkenin pay senedi piyasasına göre daha fazla tercih

edilecek; böylece pay senetlerine olan talebin azalmasına neden olarak pay senedi fiyatlarının düşmesi sonucunu doğuracaktır (Ayvaz, 2006, s. 3). Bu sonuçlardan anlaşıldığı üzere döviz kuru politikaları uygulamalarında gerekli önlemler alınmazsa özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından döviz kurundaki dalgalanmalar ülke ekonomisinin olumsuz etkilenmesine yol açacaktır.

Son yıllarda gündemde olan diğer bir piyasa ise dijital para piyasasıdır. Dijital para fiyatlarındaki değişimler ve finansal piyasalardaki diğer araçlarla olan ilişkileri de araştırma konusu olmaya başlamıştır. Bitcoin, dijital paralar içerisinde en popüler olanı olarak piyasalarda yerini almaktadır. Bitcoin ilk olarak ekonomiye, 10.000 Bitcoin karşılığında pizza alımı gerçekleştirilerek 22 Mayıs 2010 tarihinde girmiştir. 2010 yılında ilk alışverişte kullanılan 10.000 Bitcoin, 25 Amerikan Dolarına karşılık geliyordu (Koçoğlu, Çevik ve Tanrıöven, 2016, s. 79). Temmuz 2020 itibari ile 10.000 Bitcoin 93 milyon dolara karşılık gelmektedir (coin-turk.com). 10 yıl içerisinde yaklaşık 3,5 milyon katlanan Bitcoin, Türkiye'de dahil birçok ülkede ödeme ve yatırım aracı olarak kullanılmaktadır. Bitcoin fiyatlarındaki bu hızlı değişim yatırımcılar tarafından çok fazla ilgi görmüş ve dolayısıyla Bitcoin'in işlem hacminde de artışlar yaratmıştır (Kılıç ve Çütçü, 2018, s. 237). Bitcoin'in gizli olmasından dolayı ilgi çekiciliğinin yanı sıra Bitcoin sağladığı avantajlarla da tercih edilen bir alternatif yatırım aracı olmuştur. Bu avantajlar, fiziksel bir ortamın varlığına ihtiyaç olmadığı için zamandan tasarruf sağlaması, işlem maliyetlerinin düşük olması, işlemlerin her an her yerden yapılabilmesi, para ihracı için bürokratik işlemlere ihtiyaç olmaması, güvenlik, ulaşım, depolama ve prim gibi maliyetlerin olmaması, üretilebilecek olan Bitcoin'in belli bir sınırının olmasından dolayı enflasyona neden olmaması, finansal yenilikler açısından özendirici olmasıdır (Brito ve Castillo, 2013; Rogojanu ve Badea, 2014). Finansal piyasalarda çok hızlı ve artış yönünde işlem hacmine ulaşan dijital para piyasaları, yatırımcıların daha fazla getiri elde etme isteği ile birlikte geleneksel piyasalar ve yatırım araçlarına olan taleplerde azalma olacağı şüphesine neden olmaktadır.

Finansal yatırım araçlarının çeşitlilik kazanması ile birlikte yatırımcılar farklı yatırım araçlarına yönelmeye başlamıştır. Aynı zamanda yatırımcılar, tek bir yatırım aracına yatırım yapmak yerine portföylerini çeşitlendirerek risk derecelerini düşürmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle yatırım araçlarının birbirleriyle olan ilişkisi yatırımcılar tarafından merak konusu olmuş ve yatırımlarını bu yatırım araçları arasındaki ilişkilerin yönüne göre değerlendirmeye ve takip etmeye ihtiyaç duymuşlardır. Bu çalışmada portföy çeşitlendirmesi yaparak yatırımlarının risk seviyesini azaltmayı düşünen yatırımcılara ışık tutmak amacıyla farklı yatırım araçları arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada kullanılan yöntemler belirlenirken literatür incelemesi sonrasında genel bir değerlendirme yapılmış, literatürde daha çok geleneksel modellerle (eşbütünlüşme yöntemleri olarak Engle-Granger, Johansen, ARDL, NARDL; nedensellik yöntemleri olarak da Hsiao, Toda-Yamamoto, Hacker-Hatemi-J) pay senedi ve diğer piyasalar arasındaki ilişkinin test edildiği yapısal kırılmalar dikkate alınarak yapılan çalışma sayısının fazla olmadığı ve az sayıda değişkenle yapıldığı belirlenmiştir. Bu yüzden de çalışmada dünya ve ülke finansal piyasalarında yapılmış olan birçok çalışmaya yer verilerek geniş bir literatür ortaya koyulmakla birlikte pay senedi, emtia, döviz ve dijital para piyasaları arasındaki ilişki ekonomide meydana gelen yapısal kırılmaları da dikkate alacak şekilde analize tabi tutulmuştur. Böylece hem birden fazla değişken aynı anda analize tabi tutularak yatırımcıların finansal piyasaları karşılaştırmalarına imkan tanınmış hem de yapısal kırılmalar dikkate alınarak yatırımcılara daha güvenilir sonuçlar vermeye çalışılmıştır. Çalışmada öncelikle geniş bir literatür taramasına yer verilmiş, daha sonra analizde kullanılan yöntemler ve analiz bulguları açıklanmıştır. Çalışma sonunda ise genel bir değerlendirme yapılmıştır.

Literatür Araştırması

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye ve diğer ülke piyasalarında yapılmış olan çalışmalara yer verilmiştir.

Türkiye pay senedi piyasaları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi Kasman (2003), Berke (2012), Doğru ve Recepoğlu (2013), Belen ve Karamelikli (2016), Alacahan ve Akarsu (2019) çalışmalarında incelemişlerdir. Yaptıkları inceleme sonucunda döviz kurları ve pay senedi piyasaları arasında uzun dönemli ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayvaz (2006) ise ülke döviz kuru ve pay senedi piyasası arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, döviz kuru ile İMKB Ulusal 100 Endeksi, İMKB Sanayi Sektör Endeksi ve Mali Endeks arasında uzun dönemli ilişki olduğu, döviz kuru ile sanayi sektör endeksi arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşmış; ayrıca döviz kuru ile pay senetleri fiyat endeksleri arasında iki yönlü nedensellik olduğunu ortaya koymuştur.

Tabak (2006), Brezilya finansal piyasaları üzerine yaptığı çalışma sonucunda değişkenler arasında uzun dönemli ilişki bulunmadığını; ancak pay senedi fiyatlarından döviz kuruna doğru doğrusal Granger nedenselliği olduğunu, doğrusal olmayan Granger nedensellik testi sonucunda da döviz kurundan pay senedine doğru nedensellik olduğunu tespit etmiştir. Erbaykal ve Okuyan (2007), gelişmekte olan on üç ülkede döviz kuru ile pay senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemişler; eşbütünleşme ilişkisi bulunan altı ülkede uzun dönemde değişkenler arasında negatif ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Nedensellik ilişkisi bulunan sekiz ülke içinden beşinde pay senetlerinden döviz kuruna doğru üçünde iki yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu gözlemlemişlerdir. Pekkaya ve Bayramoğlu (2008), dolar kuru, İMKB 100 Endeksi ve S&P 500 Endeksi arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda İMKB 100 ve S&P 500 Endekslerinden döviz kuruna doğru tek yönlü nedensellik olduğuna, İMKB 100 Endeksi ile döviz kuru arasında iki yönlü nedensellik olduğuna ulaşılmıştır. S&P 500 Endeksi döviz kuru ve İMKB 100 Endeksi'ni tek yönlü etkilemekte ve bu değişkenlerden etkilenmemektedir. Agrawal vd. (2010), Hindistan finans piyasasında döviz kuru ve pay senedi piyasası arasındaki ilişkiyi araştırmışlar ve pay senedi piyasasından döviz kuruna doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Büberkökü (2013), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde döviz kurları ile pay senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Japonya, Almanya, İngiltere ve Avusturalya'da döviz kurları ile pay senedi fiyatları arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Kanada, İsviçre ve Türkiye'de pay senedi fiyatlarından döviz kurlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğuna, Singapur ve Güney Kore'de döviz kurlarından pay senedi fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğuna tespit edilmiştir.

Altunöz (2016), pay senedi ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi Hindistan, Çin, Malezya, Endonezya, Filipinler, Şili, Brezilya, Meksika, Romanya ve Türkiye için incelemiştir. Hindistan, Çin ve Romanya'da pay senedinin bağımlı değişken olarak ele alındığında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilirken; Meksika, Şili, Filipinler ve Türkiye'de döviz kurunun bağımlı değişken olduğu durumda eşbütünleşme ilişkisine rastlanmıştır; uzun dönem katsayılarına göre Hindistan ve Meksika dışındaki ülkeler istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Nedensellik testi sonuçlarına göre ise Şili, Hindistan, Endonezya, Romanya ve Türkiye piyasalarında döviz kuru ve pay senedi arasında nedensellik ilişkisi bulunamamış; Çin, Brezilya, Malezya ve Meksika piyasalarında her iki değişken arasında iki yönlü nedensellik olduğuna tespit edilmiştir. Filipinlerde ise döviz kurundan pay senedi piyasasına doğru tek taraflı nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Jebran ve Iqbal (2016), Asya ülkelerinde yaptıkları inceleme sonucunda Pakistan, Çin, Hong Kong ve Sri Lanka'nın pay senedi ve döviz piyasası arasında iki yönlü asimetrik oynaklık yayılımı olduğunu gözlemlemişlerdir. Hindistan'da pay senedi piyasasından döviz kuruna doğru tek yönlü volatilitite yayılımı görülmüş ve Japonya'da iki piyasa arasında herhangi bir volatilitite

yayımlı görülmemiştir. Kendirli ve Çankaya (2016b), dolar kuru ile BİST 30 Endeksi arasında aylık verilerle yapılan test sonucunda değişkenler arasında nedensellik ilişkisi bulunamazken; günlük verilerle yapılan test sonucunda dolar kurundan BİST 30 Endeksi'ne doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu sonucuna ulaşımlardır. Zeren ve Koç (2016), Türkiye, Japonya, İngiltere pay senedi piyasaları ile döviz kurları arasında iki yönlü nedensellik olduğu sonucuna ulaşımlardır. Bagh vd. (2017), döviz kuru oynaklığı ile Pakistan pay senedi piyasaları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Ürkmez ve Karataş (2017), çalışmalarında BİST 100 ve dolar kuru arasında uzun dönem ilişkisinin olmadığını; fakat aralarında tek yönlü Granger nedensellik ilişkisinin olduğunu; BİST 100 Endeksi ile euro kuru arasında nedensellik ilişkisinin olmadığını belirlemişlerdir. Dahir vd. (2018), BRICS ülkelerinde yaptıkları çalışmada Brezilya ve Rusya'da orta ve uzun vadede döviz kurlarının pay senedi getirilerine yol açtığı; Hindistan finansal piyasalarında değişkenler arasında negatif ilişki olduğu, Güney Afrika finansal piyasalarında moridyal yönlü bir nedensellik olduğu, Çin finansal piyasalarında herhangi bir korelasyon olmadığı sonucuna ulaşımlardır. Eyüboğlu ve Eyüboğlu (2018), çalışmalarında yirmi dört endeksten sadece BİST Tekstil Deri Endeksi ile Euro/TL döviz kuru arasında, Dolar/TL kuru ile BİST Tekstil Deri, Ticaret ve Teknoloji Endeksleri arasında uzun dönem ilişki olduğu sonucuna ulaşımlardır. Ek olarak döviz kurları ile üç endeks arasında uzun dönemde pozitif, kısa dönemde ise negatif bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Luqman ve Kouser (2018), on dört ülke piyasasında yaptıkları çalışma ile döviz ve pay senedi piyasaları arasında asimetric bağlantılar olduğunu gözlemlemişlerdir. Yamak vd. (2018), Türkiye'de yaptıkları çalışma sonucuna göre pozitif döviz kuru değişim oynaklığından pay senedi endeksi oynaklığına doğru tek yönlü nedensel ilişkinin varlığını, pozitif ve negatif pay senedi değişimi ile döviz kuru oynaklığı arasında herhangi bir nedensel ilişki olmadığını gözlemlemişlerdir. Manasseh vd. (2019), Nijerya'da yaptıkları çalışmada döviz kuru ile pay senedi piyasası arasında sabit uzun vadeli bir ilişki bulunduğunu, pay senedi piyasasından döviz kuruna doğru volatilitte yayılımı olduğunu; ancak döviz kurundan pay senedi piyasasına doğru bir yayılım olmadığını ifade etmişlerdir. Varyans denklemi sonuçları da pay senedi piyasası ile döviz kuru arasında iki yönlü volatilitte yayılım etkisinin varlığını ortaya koymuştur.

Baek ve Elbeck (2015), Bitcoin ve S&P 500 Endeksi arasındaki ilişkiyi inceleyerek Bitcoin piyasasının daha volatil olduğu sonucuna ulaşımlardır. Dirican ve Canöz (2017), Bitcoin fiyatları ile ABD ve Çin pay senedi piyasası arasında eşbütünlüşme ilişkisi olduğu; FTSE 100, NIKKEI 225 ve BİST 100 endeksleri ile bir ilişki olmadığı bulgusuna ulaşımlardır. Kılıç ve Çütçü (2018), Bitcoin fiyatları ile BİST 100 Endeksi arasında eşbütünlüşme ilişkisi olmadığını; BİST 100 Endeksi'nden Bitcoin fiyatlarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatürde Güler vd. (2010), Acaravcı ve Reyhanoğlu (2013), Özmerdivanlı (2014), Yıldırım vd. (2014), Avcı (2015), Karcıoğlu vd. (2017) yaptıkları çalışmalarla petrol fiyatları ile pay senedi fiyatları arasında uzun dönemli ilişki olduğu sonucuna ulaşımlardır. Park ve Ratti (2008), ABD ve on üç Avrupa ülkesinde yaptıkları çalışmada petrol fiyat şoklarının pay senedi getirileri üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Hacıhasanoğlu ve Soytaş (2011), birçok faktörün etkisiyle petrol fiyatları ve S&P 500 Endeksi arasındaki ilişkinin yapısal değişiklikler gösterdiğini ortaya koymuştur. Abdioğlu ve Değirmenci (2014), BİST bünyesindeki çoğu alt sektör için pay senedi fiyatlarından petrol fiyatlarına doğru nedensellik olduğu sonucuna ulaşımlardır. Broadstock ve Filis (2014), ABD ve Çin'deki petrol fiyat şokları ile pay senedi getirileri arasındaki ilişkilerin açık ve sistematik olarak zamanla değiştiğini, Çin'in petrol fiyatlarındaki şoklara ABD'den daha dayanıklı olduğunu ortaya koymuşlardır. Cunada ve Gracia (2014), çalışmalarında on iki petrol ithal eden Avrupa pay senedi piyasası getirisi üzerinde petrol fiyatı değişikliklerinin anlamlı ve negatif bir etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Kendirli

ve Çankaya (2016a), ham petrol varil fiyatlarındaki değişim ile BİST 100 ve BİST Ulaştırma Endeksleri arasındaki nedensellik ilişkisini incelemişler; çalışma sonucunda BİST 100'den diğer değişkenlere doğru, BİST Ulaştırma Endeksi'nden de ham petrol fiyatlarına doğru tek yönlü bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Bastianin ve Manera (2017), petrol fiyat şoklarının ABD pay senedi piyasasına oynaklığı üzerindeki etkisini analiz etmişler; ham petrol fiyatındaki yeniliklerin dışsal olmadığını; ancak pay senedi piyasasına göre önceden belirlenmiş olduğunu tespit etmişlerdir. Volatilitenin, toplamda ve petrole özgü talepteki beklenmedik değişikliklerden kaynaklanan petrol fiyat şoklarına önemli ölçüde tepki verdiğini, arz yönlü şokların etkisinin önemsiz olduğunu tespit etmişlerdir. Bouoiyour vd. (2017), petrol ithal eden ve ihrac eden ülkeler arasında pay senedi getirileri ve petrol fiyatı ilişkilerinde önemli bir heterojenlik olduğunu ortaya koymuşlardır. Marshdeh ve Afandi (2017), Suudi Arabistan, Rusya, ABD'de petrol fiyat değişiklikleri ve pay senedi piyasaları arasındaki ilişkiyi incelemişler; arz şoklarının neden olduğu petrol fiyatlarındaki değişimlerin Rusya'daki pay senedi getirileri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu, ABD üzerinde olumsuz bir etki ortaya koyduğunu ve Arabistan üzerinde belirsiz bir etki yarattığını ortaya koymuşlardır. Ancak talep şoklarının yol açtığı petrol fiyatlarındaki değişimlerin üç ülke üzerinde olumlu bir etkisi olduğu gözlenmiştir. Özer (2017), petrol getirilerinin Meksika hariç bütün ülkelerde anlamlı olduğunu, İngiltere ve ABD için pozitif diğer ülkeler için negatif etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Petrol şoklarının Brezilya ve Hindistan hariç tüm ülkelerde anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Syzdykova (2017), petrol fiyatlarının Kazakistan pay senedi piyasası üzerindeki etkilerini araştırarak değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olduğunu belirlemiş; petrol fiyatlarından pay senedi getirilerine doğru tek yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Karhan ve Aydın (2018), Türkiye'de petrol fiyatları ile BİST 100 Endeksi arasındaki ilişkiyi araştırmış; araştırma sonucunda ise Brent petrol fiyatlarından BİST 100 Endeksi'ne doğru sadece kısa dönem nedenselliğın olduğu; asimetric nedensellik testi sonuçlarına göre de petrol fiyatları ile pay senetleri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Altınkeski ve Çevik (2019), BİST 100 Endeksi'nin petrol fiyat şoklarından etkilendiği sonucuna ulaşmışlardır. Gençyürek ve Demireli (2019), çalışmalarında petrol piyasasından gelişmekte olan ülkelerin pay senedi piyasalarına doğru getiri yayılımı, tam tersi bir yönde ise volatilitate yayılımı olduğu tespit edilmiştir. Oralbaykızı (2019), petrol fiyat değişimlerinin etkisinin sektörlere göre değiştiği sonucuna ulaşmıştır. İşcan (2010), petrol fiyatları ile pay senedi fiyatları arasında herhangi bir ilişki bulamamıştır. Şener vd. (2013), Granger ve Yoon (2003) testi sonucunda iki serinin hem negatif hem de pozitif bileşenleri arasında uzun dönemli ilişki olmadığı, Hatemi-J ve Irandoust (2012) testi sonucunda ise her iki serinin iki bileşeni arasında uzun dönemli ilişki olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda petrol fiyatlarında meydana gelecek değişikliklerin pay senedi fiyatlarının oluşmasında etkili olacağı görülmektedir.

Sadorsky (1999), ABD faiz oranı, enflasyon, S&P 500 Endeksi arasındaki ilişkiyi incelemiş; inceleme sonucunda petrol fiyatları ve petrol fiyatı oynaklığının pay senedi getirilerini etkilediğine, 1986'dan sonra petrol fiyat hareketleri, reel pay senedi getirilerindeki tahmin hata varyansının faiz oranlarından daha büyük bir kısmını açıkladığına, petrol fiyat şoklarının ekonomi üzerinde asimetric etkileri olduğuna dair kanıtlar bulmuştur. Öncü vd. (2015), pay senedi endeks değeri, altın ve döviz kuru arasındaki ilişkiyi incelemişler; altın ve reel döviz kurunun BİST 100 Endeksi'nin Granger nedeni olduğu, altının reel döviz kurunun Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Coşkun vd. (2016), BİST Endeksi ile faiz oranı, altın fiyatı, sanayi üretim endeksi, döviz kuru, ihracat ve ithalat değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemişler; BİST'ten Sanayi Üretim Endeksi'ne, ihracat ve ithalata, döviz kurundan BİST'e doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Korkmaz vd. (2016), altın fiyatı, dolar, euro,

mevduat faiz oranlarında çıkan balonların BİST 100 Endeksi getiri oynaklığı üzerindeki etkisini incelemişler; altın ve dolar kurunda oluşan artışların BİST 100 Endeksi oynaklığını arttırdığını bulmuşlardır. Alper ve Kara (2017), döviz kuru, enflasyon oranı, faiz oranı, altın fiyatları, petrol fiyatları, para arzı, dış ticaret dengesi ve sanayi üretim endeksi verilerinin pay senedi getirilerine olan etkilerini BİST Sınai Endeksi bağlamında araştırmışlardır. Analiz sonucunda reel pay senedi getirilerinin genellikle gecikmeli değerlerinin etkisi altında kaldığını, ayrıca reel pay senedi getirileri değişkeninin varyansındaki değişimleri açıklamada etkili olan farklı değişkenlerin önem sırasına göre dış ticaret dengesi, altın fiyatları, endeks ve faiz oranı olduğunu ortaya koymuşlar; para arzı, enflasyon oranı, reel petrol fiyatlarının reel pay senedi getirilerindeki değişimleri açıklamada önemsiz oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Uçan vd. (2017), BİST 100 Endeksi ve endeks üzerinde etkisi olduğu varsayılan makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi analiz etmişler ve BİST 100 Endeksi ile dolar, emisyon hacmi ve petrol fiyatları arasında pozitif ilişki olduğunu; euro ve TÜFE'nin endeks ile negatif ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Güney ve Ilgın (2019), döviz kuru, altın fiyatları ve faiz oranlarının BİST 100 Endeksi'nde işlem gören pay senedi fiyatlarına etkisini incelemişler; altın ile BİST 100 Endeksi, faiz ile BİST 100 Endeksi arasında iki yönlü; döviz ile BİST 100 Endeksi ve altın ile faiz arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Kuzu (2019), DİBS, döviz kuru ve petrol fiyatlarının BİST 100 Endeksi üzerine yayılım etkisini incelediği çalışmasında, DİBS piyasası ile pay senedi piyasası arasında anlamlı ortalama bir oynaklık ve iki yönlü bir yayılma etkisi gözlemlenmiş; döviz piyasasının DİBS piyasası ve pay senedi piyasası üzerinde bir yayılma etkisinin bulunduğunu ortaya koymuş; fakat petrol piyasası üzerindeki etkisine dair anlamlı bir sonuç bulamamıştır. Pay senedi piyasasından döviz piyasaları, DİBS piyasası üzerinde istatistiki olarak anlamlı oynaklık yayılma etkisinin olduğu; fakat petrol piyasası üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tuna (2019), altın, döviz, faiz ile BİST Bankacılık Endeksi arasındaki ilişkiyi inceleyerek uzun dönemde BİST Bankacılık Endeksi ile altın fiyatları ve faiz oranları arasında istatistiki olarak anlamlı ve negatif, döviz kuru ile anlamlı ve pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Coşkun ve Ümit (2016), çalışmalarında BİST 100 Endeksi ile mevduat faiz oranı, altın fiyatı, döviz kuru ve reel konut fiyat endeksi arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelemişler ve seriler arasında tek bir eşbütünleşme ilişkisi olduğu belirlenirken, Maki testi sonucunda seriler arasında uzun dönemli ilişki olmadığı görülmüştür. Öget ve Şahin (2017), ham petrol fiyatları, altın ons fiyatları ile BİST 100 Endeksi arasındaki uzun dönemli ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, değişkenler arasında uzun dönemli ilişki bulamamışlardır. Konuşkan ve Kocabıyık (2019), Türkiye'de petrol, altın ve döviz kurlarında meydana gelen olayların borsa endeksi üzerindeki etkisini incelemişler ve değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca petrol ve altının pay senedi endeksinin Granger nedeni olmadığı, dövizin ise borsa endeksinin Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çıtak ve Kendirli (2019) petrol fiyatlarının döviz kuru ve BİST Tüm Endeksi üzerindeki asimetric etkisini incelemişler; petrol fiyatlarından pay senedi fiyatları ve döviz kuruna doğru herhangi bir asimetric aktarım bulunmadığını tespit etmişlerdir.

Yöntem

Zaman serisi analizlerinde seriler arasında sahte ilişki probleminin oluşmaması için serilerin durağan olması gerekir. Durağanlık, zaman serisi verilerinin dönemler itibarıyla yatay eksende saçılım göstermesi diğer bir ifadeyle verilerin sabit bir ortalama dağılması ve dağılımın varyansının dönemler itibarıyla sabit kalmasıdır (Sevüktekin ve Çınar, 2017, s. 239). Durağanlığın tespit edilmesinde kullanılan geleneksel birim kök testlerinden sonra geliştirilen yapısal kırılmalı testlerden biri olan Carrion-i

Silvestre vd. (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök testi, yapısal kırılma tarihlerini içsel olarak belirler ve en fazla beş kırılma tarihine izin verir. Testte yapısal kırılma tarihleri belirlenirken Bai ve Perron (2003) algoritması ve quasi-GLS yöntemi yardımıyla hata kareleri toplamı minimize edilmektedir. Ayrıca testteki stokastik veri üretme süreci şu şekildedir:

$$Y_t = d_t + u_t \quad (1)$$

$$u_t = au_{t-1} + v_t \quad t = 0, 1, 2, 3, \dots, T \quad (2)$$

Carrion-i Silvestre vd. (2009) durağanlık değerlendirmesi beş farklı test istatistiği ile yapılmaktadır. Bunlar:

$$P_T(\lambda^0) = \{S(\bar{\alpha}, \lambda^0) - \bar{\alpha}S(1, \lambda^0)\} / s^2(\lambda^0) \quad (3)$$

$$MP_T(\lambda^0) = [c^{-2}T^{-2} \sum_{t=1}^T \tilde{y}_{t-1}^2 + (1 - \tilde{c})T^{-1}\tilde{y}_T^2] / s(\lambda^0)^2 \quad (4)$$

$$MZ_\alpha(\lambda^0) = (T^{-1}\tilde{y}_T^2 - s(\lambda^0)^2)(2T^{-2} \sum_{t=1}^T \tilde{y}_{t-1}^2)^{-1} \quad (5)$$

$$MSB(\lambda^0) = (s(\lambda^0)^{-2}T^{-2} \sum_{t=1}^T \tilde{y}_{t-1}^2)^{\frac{1}{2}} \quad (6)$$

$$MZ_t(\lambda^0) = (T^{-1}\tilde{y}_T^2 - s(\lambda^0)^2)(4s(\lambda^0)^2T^{-2} \sum_{t=1}^T \tilde{y}_{t-1}^2)^{\frac{1}{2}} \quad (7)$$

Carrion-i Silvestre vd. (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök testinin H_0 hipotezi "Yapısal kırılmalar altında birim kök vardır" şeklinde oluşturulmuştur. Hipotez test edilirken ihtiyaç duyulan asimptotik kritik değerler, bootstrapla üretilmiştir. Test sonucu elde edilen test istatistiğinin kritik değerlerden küçük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilerek seride yapısal kırılmalar altında birim kök olmadığı yani serinin yapısal kırılmalar altında durağan olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir (Göçer ve Peker, 2014, s. 114).

Değişkenler arasındaki muhtemel uzun dönem denge ilişkisinin ortaya çıkarılmasında yapısal kırılmaları da dikkate alan eşbütünleşme testlerinden biri olan Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi, yapısal kırılma tarihlerinin modelde içsel olarak belirlendiği ve beş yapısal kırılmaya izin veren bir testtir. Bu test, her bir dönemi olası bir kırılma tarihi olarak ele almakta ve kırılma tarihlerinin t istatistiklerini hesaplayarak t'nin minimum olduğu noktayı kırılma tarihi olarak belirlemektedir. Bulunan ilk kırılma tarihi ikinci kırılma tarihi belirleneceğinde modele dahil edilerek t istatistiği yeniden hesaplanır ve bu süreç her kırılma tarihi belirlemede tekrarlanır. Ayrıca bu testte serilerin tümünün birinci farklarında durağan olması (I(1)) gerekir (Göçer vd., 2013, s. 10).

Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme testinde sabit terim, eğim ve trendde kırılmayı dikkate alan dört farklı model geliştirilmiştir. Bunlar:

Sabit terimde kırılmaya izin verilen trendsiz model:

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i D_{i,t} + \beta' x_t + u_t \quad (8)$$

Sabit terimde ve eğimde kırılmaya izin verilen trendsiz model:

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i D_{i,t} + \beta' x_t + \sum_{i=1}^k \beta' x_t D_{i,t} + u_t \quad (9)$$

Sabit terimde ve eğimde kırılmaya izin verilen trendli model:

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i D_{i,t} + \gamma t + \beta' x_t + \sum_{i=1}^k \beta' x_t D_{i,t} u_t \quad (10)$$

Sabit terimde, eğimde ve trendde kırılmaya izin verilen model:

$$y_t = \mu + \sum_{i=1}^k \mu_i D_{i,t} + \gamma t + \sum_{i=1}^k \gamma_i t D_{i,t} + \beta' x_t + \sum_{i=1}^k \beta' x_t D_{i,t} + u_t \quad (11)$$

Modellerde yer alan μ sabit terimi, β bağımsız değişken katsayısını, Y_t trendin katsayısını, D_i kukla değişkeni ($i=1,2,\dots,k$) ifade eder.

Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme testinin H_0 hipotezi "Yapısal kırılmalar altında eşbütünleşme yoktur", alternatif hipotezi ise "Yapısal kırılmalar altında eşbütünleşme vardır" şeklinde kurulmuştur. Bu durumda Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme test istatistiğinin kritik değerlerden mutlak değerce küçük olması halinde seriler arasında yapısal kırılmalar altında eşbütünleşme olmadığını ifade eden H_0 hipotezi reddedilerek yapısal kırılmalar altında eşbütünleşme olduğunu ifade eden alternatif hipotez kabul edilir (Ümit, 2016, s. 487). Ayrıca bu testte dikkate alınan kritik değerler 10.000 adım ve 10.000 tekrarlı Monte Carlo simülasyonu kullanılarak hesaplanmıştır.

Hatemi-J (2012) tarafından geliştirilen asimetrik nedensellik testiyle değişkenlere ilişkin değişimler negatif ve pozitif şoklar şeklinde ayrılarak finansal piyasalardaki asimetrik bilginin varlığı araştırılmıştır. Bu testte diğer geleneksel nedensellik testlerinden farklı olarak serilerin negatif ve pozitif şoklara karşı olan potansiyel tepkileri ayrı ayrı dikkate alınarak nedensellik ilişkisi değerlendirilmiştir. Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testi için değişkenlerin normal dağılmaması ve ARCH etkili olması durumunda bootstrap simülasyonlarıyla elde edilen kritik değerlerin kullanılması uygundur (Yaraşır, Tülümce ve Zeren, 2017, s. 306). Test uygulanırken ilk aşamada VAR modelinin optimal gecikme uzunluğu bulunmalı, daha sonra modele dahil edilecek ilave gecikme uzunluğu tespit edilmeli ve son olarak da Wald test istatistiği için kritik değerler belirlenmelidir (Yılancı ve Bozoklu, 2014, s. 215).

Hatemi-J (2012)'nin y_{1t} ve y_{2t} şeklindeki iki bütünleşik serinin asimetrik nedensellik ilişkisi için ilk olarak negatif ve pozitif şokları ayırt etmek amacıyla oluşturduğu rassal yürüyüş modeli şu şekildedir:

$$y_{1t} = y_{1t-1} + \varepsilon_{1t} = y_{1,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i} \quad (12)$$

$$y_{2t} = y_{2t-1} + \varepsilon_{2t} = y_{2,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i} \quad (13)$$

Modelde yer alan $t = 1, 2, \dots, T$ iken $y_{1,0}$ ve $y_{2,0}$ başlangıç değerlerini, ε_{1i} ve ε_{2i} beyaz gürültülü hata terimlerini ifade etmektedir. Testte negatif ve pozitif şoklar sırasıyla aşağıdaki gibi gösterilir:

$$\varepsilon_{1i}^- = \min(\varepsilon_{1i}, 0) \text{ ve } \varepsilon_{2i}^- = \min(\varepsilon_{2i}, 0) \quad (14)$$

$$\varepsilon_{1i}^+ = \max(\varepsilon_{1i}, 0) \text{ ve } \varepsilon_{2i}^+ = \max(\varepsilon_{2i}, 0) \quad (15)$$

Böylece $\varepsilon_{1t} = \varepsilon_{1t}^+ + \varepsilon_{1t}^-$ ve $\varepsilon_{2t} = \varepsilon_{2t}^+ + \varepsilon_{2t}^-$ yazılır. Denklem yeniden düzenlendiğinde ise

$$y_{1t} = y_{1t-1} + \varepsilon_{1t} = y_{1,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^+ + \varepsilon_{1i}^- \quad (16)$$

$$y_{2t} = y_{2t-1} + \varepsilon_{2t} = y_{2,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^+ + \varepsilon_{2i}^- \quad (17)$$

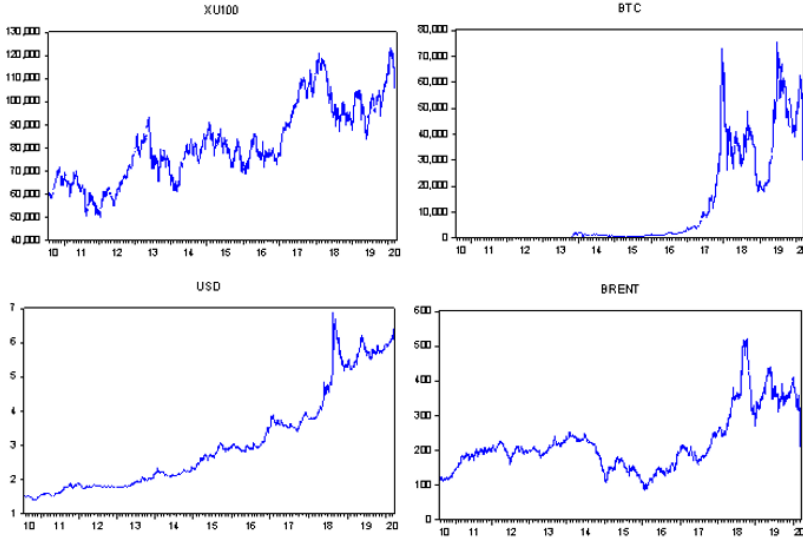
şeklinde ifade edilir. Her seride yer alan negatif ve pozitif şoklar kümülatif olarak değerlendirildiğinde;

$$y_{1t}^- = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^-, y_{1t}^+ = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^+, y_{2t}^- = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^-, y_{2t}^+ = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^+ \quad (18)$$

şeklinde gösterilir.

Veri ve Bulgular

Çalışmada dünya ve ülke finansal piyasalarında yapılmış olan birçok çalışmaya yer verilerek geniş bir literatür ortaya koyulurken; aynı zamanda pay senedi piyasası, emtia, döviz ve dijital para piyasası arasındaki ilişki, ekonomide meydana gelen yapısal kırılmaları da dikkate alarak analize tabi tutulmuştur. Çalışmada pay senedi piyasasını temsilen BİST 100 Endeksi, dijital para piyasasını temsilen Bitcoin fiyatları, emtia piyasasını temsilen Brent petrol fiyatları, döviz kurunu temsilen de ABD Dolar kuru kullanılmıştır. Analizde 19.07.2010-19.03.2020 dönemi günlük fiyat verileri kullanılmıştır. Veriler 'investing.com' adresinden elde edilmiş ve TL cinsinden analize dahil edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek için Carrion-i Silvestre vd. (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök, Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme ve Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testlerinden faydalanılmıştır. Analizler Gauss 10 Ekonometrik paket programı aracılığıyla yapılmıştır. Analize başlamadan önce kullanılan değişkenlerle ilgili ön değerlendirme olması için değişkenlerin grafiklerine yer verilmiştir.



Şekil 1. Değişkenlere Ait Grafikler

Şekil 1'deki grafikler incelendiğinde genel olarak her bir serinin artış trendi sergilediği ve çok sayıda yapısal kırılmanın olduğu görölmektedir.

Çalışmanın uygulama aşamasında ilk olarak serilerin durağanlığının tespit edilmesi için Carrion-i Silvestre vd. (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök testi yapılmıştır. Bu test serilerin grafiklerinde görölen çoklu yapısal kırılmalar sebebiyle tercih edilmiştir. Bu testle serilerin birim kök içermediği yani durağan olduğunun belirlenebilmesi için elde edilen test istatistiklerinin kritik değerlerinden küçük olması gerekmektedir. Bu durumda yapısal kırılmalar altında serinin birim kök içerdiğini ifade eden sıfır hipotezi reddedilerek yapısal kırılmalar altında serinin birim kök içermediğini

ifade eden alternatif hipotez kabul edilecektir. Tablo 1’de serilerin düzey değerlerine ve birinci farklarına uygulanan beş kırılmalı birim kök testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1. Carrion-i Silvestre et al. (2009) Çoklu Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Test İstatistikleri					Kırılma Tarihleri
	P _T	MP _T	MZ _α	MSB	MZ _T	
XU100	15.8100 [8.7301]	13.9862 [8.7301]	-29.8007 [-46.37]	0.1283 [0.1031]	-3.8261 [-4.813]	31.05.2012, 22.05.2013, 18.05.2015, 01.12.2016, 29.01.2018
BTC	22.8877 [7.7861]	17.7260 [7.7861]	-19.6989 [-43.51]	0.1570 [0.1060]	-3.0940 [-4.674]	13.07.2011, 06.07.2012, 26.06.2013, 13.06.2014, 19.12.2017
USD	20.1365 [9.2080]	19.4323 [9.2080]	-22.9484 [-47.63]	0.1476 [0.1020]	-3.3873 [-4.867]	27.07.2011, 27.12.2012, 09.02.2015, 22.01.2016, 03.05.2018
BRENT	27.9046 [9.3145]	23.9276 [9.3145]	-19.2659 [-47.17]	0.1533 [0.1029]	-2.9550 [-4.842]	14.07.2011, 09.07.2012, 20.06.2014, 21.01.2016, 10.10.2018
ΔXU100	1.0011 [9.4651]	0.9136 [9.4651]	-504.718 [-47.70]	0.0314 [0.1025]	-15.8857 [-4.861]	-
ΔBTC	0.8747 [8.1536]	0.8123 [8.1536]	-434.361 [-42.41]	0.0339 [0.1082]	-14.7317 [-4.603]	-
ΔUSD	12.5956 [9.8459]	11.5342 [9.8459]	-40.5956 [-46.04]	0.1103 [0.1059]	-4.4802 [-4.733]	-
ΔBRENT	2.3204 [9.4093]	2.2600 [9.4093]	-201.186 [-47.56]	0.0498 [0.1022]	-10.0295 [-4.862]	-

Not: [], 1000 bootstrap döngüsüyle elde edilen kritik değerlerdir.

Tablo 2. Maki (2012) Çoklu Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Model Türü	Test İstatistiği	Kritik Değerler			Kırılma Tarihleri
		% 1	%5	%10	
Model 0	-26.1808	-6.555	-6.038	-5.773	03.01.2017, 14.02.2018 18.03.2019
Model 1	-26.1856	-6.784	-6.250	-5.976	23.01.2013, 14.02.2018 18.03.2019
Model 2	-26.2546	-8.673	-8.110	-7.796	27.06.2013
Model 3	-26.2604	-9.428	-8.800	-8.508	10.01.2012, 26.01.2018

Not: Kritik değerler Maki (2012) "Tests for Cointegration Allowing for an Unknown Number of Breaks" makalesi Tablo 1’den elde edilmiştir.

Tablo 1’deki Carrion-i Silvestre vd. (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre serilerin düzey değerlerindeki test istatistiklerinin kritik değerlerinden büyük olduğu, böylece tüm serilerde birim kök olduğu yani serilerin seviye değerlerinde durağan olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Serilerin birinci farkları alındığında ise her yönetime göre test istatistiklerinin kritik değerlerinden küçük olduğu, bu durumda birinci farklarında durağanlaştığı görülmektedir. Seriler durağan hale getirildikten sonra değişkenler arasında uzun dönemli ilişki bulunup bulunmadığını test edebilmek için

ekonomide ortaya çıkan yapısal kırılmaları da dikkate alan Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünlük testi yapılmıştır.

Tablo 2'de yer alan Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünlük testi sonuçlarına göre bütün modellerde test istatistiğinin kritik değerlerinden küçük olduğu görülmektedir. Böylece yapısal kırılma altında eşbütünlük testi ilişkisi olmadığını ifade eden sıfır hipotezi reddedilmektedir. Dolayısıyla uzun dönemde BIST 100 Endeksi ile Bitcoin fiyatı, ABD Dolar kuru, Brent petrol fiyatı arasında ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmış, böylece değişkenlerin uzun dönemde denge içerisinde birlikte hareket ettikleri ortaya çıkmıştır. Bu sonuçtan hareketle yatırımcıların portföy çeşitlendirmesi yaparken pay senedi piyasası araçları ile Bitcoin, dolar ve Brent petrole aynı anda yatırım yapmaması gerektiği söylenebilmektedir. Ayrıca tabloda verilen kırılma tarihleri değerlendirildiğinde ise 2012 yılının ilk çeyreğinde ABD'deki başkanlık seçimi belirsizliği, küresel piyasalardaki gelişmeler, yurt içinde yaşanan terör olayları ve siyasi gelişmeler; 2013 yılının ilk yarısında Suriye iç savaşının devam etmesi, ABD'deki ekonomik kriz, gezi parkı olayları; 2016 yılı ikinci yarısında yaşanan terör olayları ve darbe girişimi; 2018 ve 2019 yıllarında ticaret savaşlarıyla beraber yaşanan siyasi krizler, doğal afetler finansal piyasaları etkileyerek piyasalarda yapısal kırılmaların oluşmasına yol açmış olabilir.

Seriler arasında uzun dönem ilişkisinin varlığı test edildikten sonra seriler arasında nedensellik ilişkisinin bulunup bulunmadığını belirlemek için Hatemi-J asimetrik nedensellik testi yapılmıştır.

Tablo 3. Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	Mwald Test İstatistiği	Bootstrap Kritik Değerleri		
		%1	%5	%10
XU100→BTC [*]	1.427 (0.921)	20.886	10.906	8.889
XU100→BTC [*]	2.405 (0.791)	16.907	11.744	9.461
XU100→BTC [*]	2.747 (0.739)	20.900	12.659	9.232
XU100→BTC[*]	11.82** (0.037)	15.154	11.257	9.353
BTC [*] →XU100 [*]	7.464 (0.188)	20.130	11.130	9.235
BTC [*] →XU100 [*]	5.918 (0.314)	25.601	12.659	9.321
BTC [*] →XU100 [*]	2.648 (0.754)	19.579	12.100	9.441
BTC [*] →XU100 [*]	3.061 (0.691)	30.286	12.021	8.810
XU100 [*] →USD [*]	0.983 (0.612)	9.743	6.284	4.709
XU100[*]→USD[*]	8.846* (0.065)	13.234	9.256	7.857
XU100[*]→USD[*]	9.912*** (0.007)	9.256	6.173	4.349
XU100[*]→USD[*]	75.611*** (0.000)	13.283	9.651	7.730
USD[*]→XU100[*]	5.784* (0.055)	10.149	6.542	4.897
USD[*]→XU100[*]	93.090*** (0.000)	14.229	9.901	8.085
USD[*]→XU100[*]	8.485** (0.014)	11.190	6.551	4.903
USD [*] →XU100 [*]	7.357 (0.118)	14.117	9.926	7.681
XU100 [*] →BRENT [*]	1.793 (0.408)	9.792	6.180	4.464
XU100 [*] →BRENT [*]	4.196 (0.123)	9.619	5.617	4.483
XU100 [*] →BRENT [*]	0.226 (0.893)	10.033	6.111	4.555
XU100[*]→BRENT[*]	17.040*** (0.000)	8.642	5.830	4.449
BRENT [*] →XU100 [*]	0.652 (0.722)	11.595	6.176	4.834
BRENT[*]→XU100[*]	10.873*** (0.004)	10.312	6.328	4.744
BRENT [*] →XU100 [*]	0.681 (0.711)	10.165	5.831	4.415
BRENT [*] →XU100 [*]	3.154 (0.207)	8.795	5.914	4.644

Not: *, **, *** işareti sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 3'de verilen Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testi sonuçlarına göre BİST 100 Endeksi negatif şoklarından Bitcoin, ABD Dolar kuru ve Brent petrol pozitif şoklarına doğru asimetrik nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Bu sonuç doğrultusunda Bitcoin, dolar kuru ve Brent petrol piyasasına yatırımda bulunmak isteyenleri spekülasyon amaçlı yatırım kararı alma sürecinde pay senedi piyasasındaki değişimleri takip etmesi büyük önem taşımaktadır.

BİST 100 Endeksi pozitif ve negatif şoklarından dolar kuru negatif şoklarına, dolar kuru negatif şokundan BİST 100 Endeksi negatif şokuna, dolar kuru pozitif ve negatif şoklarından BİST 100 Endeksi pozitif şoklarına doğru bir asimetrik nedensellik ilişkisi bulgusuna ulaşılmıştır. Böylece BİST 100 Endeksi'ndeki değişimler dolar kurunu negatif, dolar kurunda meydana gelen değişimler BİST 100 Endeksi'ni pozitif, dolar kurundaki negatif değişimler ise BİST 100 Endeksi'ni negatif etkilemektedir. Dolar kurundaki değişimler neticesinde yatırım potansiyeline sahip kişi ya da kuruluşlar pay senedi piyasası araçlarına yatırımda bulunabileceği gibi farklı piyasa araçlarına da yatırımda bulunabilir.

Son olarak ise Brent petrol negatif şokundan BİST 100 pozitif şokuna doğru bir asimetrik negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum petrol yatırımcısının yatırımlarını pay senedi piyasası araçlarına yönlendirdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Finansal küreselleşme ile birlikte sermaye serbestçe dolaşmaya başlamış ve yatırımcıların yatırım yapmayı tercih edebilecekleri finansal piyasalarla birlikte finansal araçlar da çeşitlenmiştir. Bir yatırımcı finansal piyasalarda yatırım yaparken uzun vadeli mi yoksa kısa vadeli mi yatırım yapacak, hangi finansal aracı tercih edecek, tek bir finansal aracı mı tercih edecek yoksa bir portföy mü oluşturacak, portföy oluşturulacaksa portföy içerisinde yer alan yatırım araçları arasındaki ilişki nasıl olacak gibi çeşitli soruları cevaplamak zorunda kalmaktadır.

Bu çalışmada yatırımcılara portföy çeşitlendirmesi konusunda yardımcı olabilmek amacıyla dünya ve ülke finansal piyasalarında yapılmış olan birçok çalışmaya yer verilerek geniş bir literatür ortaya koyulurken; aynı zamanda pay senedi, emtia, döviz ve dijital para piyasası arasındaki ilişki ekonomide meydana gelen yapısal kırılmalar da dikkate alınarak analize tabi tutulmuştur. Analizde pay senedi piyasasını temsilen BİST 100 Endeksi, emtia piyasasını temsilen Brent petrol fiyatları, döviz kurunu temsilen de ABD Dolar kuru ve dijital para piyasasını temsilen Bitcoin fiyatları, 19.07.2010-19.03.2020 dönemi günlük fiyat verileri kullanılmıştır. Analizde ilk aşamada serilerin grafiklerinde görülen yapısal kırılmalardan dolayı Carrion-i Silvestre vd. (2009) çoklu yapısal kırılmalı birim kök testi yapılmış ve serilerin birinci farklarında durağanlaştığı belirlenmiştir. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişki bulunup bulunmadığını test edebilmek için ekonomide ortaya çıkan yapısal kırılmaları da dikkate alan Maki (2012) çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme testi yapılmıştır. Eşbütünleşme testi sonucunda BİST 100 Endeksi, Bitcoin, ABD Dolar kuru, Brent petrol fiyatı arasında ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmış, değişkenlerin uzun dönemde denge içerisinde birlikte hareket ettikleri ortaya çıkmıştır. Bu sonuçtan hareketle yatırımcıların portföy çeşitlendirmesi yaparken pay senedi piyasası araçları ile Bitcoin, dolar ve petrole aynı anda yatırım yapmaması gerektiği söylenebilmektedir.

Seriler arasında uzun dönem ilişkinin varlığı test edildikten sonra seriler arasında nedensellik ilişkisinin bulunup bulunmadığını görebilmek için Hatemi-J asimetrik nedensellik testi yapılmıştır. Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testi sonuçlarına göre BİST 100 Endeksi negatif şoklarından Bitcoin, ABD Dolar kuru ve Brent petrol pozitif şoklarına doğru asimetrik nedensellik olduğu görülmektedir. Bu sonuç doğrultusunda

Bitcoin, dolar ve petrol piyasasına yatırımda bulunmak isteyenlerin spekülâtif amaçlı yatırım kararı alma sürecinde pay senedi piyasasındaki değişimleri takip etmesi büyük önem taşımaktadır. BİST 100 Endeksi pozitif ve negatif şoklarından ABD Dolar kuru negatif şoklarına, ABD Dolar kuru negatif şokundan BİST 100 Endeksi negatif şokuna, ABD Dolar kuru pozitif ve negatif şoklarından BİST 100 Endeksi pozitif şoklarına doğru bir asimetric nedensellik bulgusuna ulaşılmıştır. Böylece BİST 100 Endeksi'ndeki değişimler ABD Dolar kurunu negatif, ABD Dolar kurunda meydana gelen değişimler BİST 100 Endeksi'ni pozitif, ABD Dolar kurundaki negatif değişimler ise BİST 100 Endeksi'ni negatif etkilemektedir. ABD Dolar kurundaki değişimler neticesinde yatırım potansiyeline sahip kişi ya da kuruluşlar pay senedi piyasası araçlarına yatırımda bulunabileceği gibi farklı piyasa araçlarına da yatırımda bulunabilir. Son olarak ise Brent petrol negatif şokundan BİST 100 pozitif şokuna doğru bir asimetric negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum petrol yatırımcısının yatırımlarını pay senedi piyasası araçlarına yönlendirdiği şeklinde yorumlanabilir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar literatürde yer alan Kasman (2003), Pekkaya ve Bayramoğlu (2008), Güler vd. (2010), Berke (2012), Acaravcı ve Reyhanođlu (2013), Doğru ve Recepođlu (2013), Özmerdivanlı (2014), Yıldırım vd. (2014), Avcı (2015), Belen ve Karamelikli (2016), Jebran ve Iqbal (2016), Zeren ve Koç (2016), Karcıoğlu vd. (2017), Luqman ve Kouser (2018), Alacahan ve Akarsu (2019) gibi çalışmalarla uyumlu sonuçlar vermiştir. Ancak unutulmamalıdır ki literatürde yer alan çalışmaların büyük çoğunluğu pay senedi piyasası ile döviz kuru, pay senedi piyasası ile dijital para piyasası, pay senedi piyasası ile emtia fiyatları gibi ikili ilişkileri dikkate almışlar hem de geleneksel yöntemlerle analiz edilmişler ve ekonomide ortaya çıkabilecek yapısal kırılmaları göz ardı etmişlerdir. Bu çalışmada hem birden fazla piyasaya ait sonuçlar değerlendirilmiş hem de ekonomide ortaya çıkabilecek yapısal kırılmalar dikkate alınmıştır. Aynı zamanda geniş bir literatür çalışmasına da yer verilerek bir arşiv oluşturulmaya çalışılmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda gümüş, altın, doğalgaz, tahvil, faiz oranları, para arzı gibi farklı değişkenler de dikkate alınarak farklı finansal varlıklar açısından analiz tekrar edilebilir veya bu varlıklar arasındaki volatilité, frekans temelli veya doğrusal olmayan yaklaşımlarla incelenerek yatırımcılara yatırım tercihleri noktasında yol gösterici olunabilir.

KAYNAKÇA

ABDİOĞLU, Z. ve DEĞİRMENCİ, N. (2014). "Petrol Fiyatları-Hisse Senedi Fiyatları İlişkisi: BİST Sektörel Analiz", *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), 1-24.

AGRAWAL, G., SRIVASTAY, A. K. ve SRIVASTAVA, A. (2010). "A Study of Exchange Rates Movement and Stock Market Volatility", *International Journal of Business and Management*, 5(12), 62-73.

ALTUNÖZ, U. (2016). "Döviz Kuru ile Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Gelişen Ülkeler Örneği", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Özel Sayı, 663-671.

AYVAZ, Ö. (2006). "Döviz Kuru ve Hisse Senetleri Fiyatları Arasındaki Nedensellik İlişkisi", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 1-14.

ALPER, D. ve KARA, E. (2017). "Borsa İstanbul'da Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Faktörler: BİST Sınai Endeksi Üzerine Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(3), 713-730.

- BAEK, C. ve ELBECK, M. (2015). "Bitcoins as an Investment or Speculative Vehicle? A First Look", *Applied Economics Letters*, 22(1), 30-34.
- BAGH, T., AZAD, T., RAZZAQ, S., LIAQAT, I. ve KHAN, M. A. (2017). "The Impact of Exchange Rate Volatility on Stock Index: Evidence from Pakistan Stock Exchange (PSX)", *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(3), 70-86.
- BASTIANIN, A. ve MANERA, M. (2017). "How Does Stock Market Volatility React to Oil Price Shocks?", *Macroeconomics Dynamics*, 22(3), 666-682.
- BELEN, M. ve KAMELİKLİ, H. (2016). "Türkiye'de Hisse Senedi Getirileri ile Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: ARDL Yaklaşımı", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 45(1), 34-42.
- BERKE, B. (2012). "Döviz Kuru ve İMKB 100 Endeksi İlişkisi: Yeni Bir Test", *Maliye Dergisi*, 163, 243-257.
- Blockchain Bilişim Anonim Şirketi, www.coin-turk.com/bitcoin-fiyati?, (Erişim Tarihi: 22 Temmuz 2020).
- BOLAMAN AVCI, Ö. (2015). "Petrol Fiyatlarının Hisse Senedi Piyasasına Etkisi", *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 27-34.
- BOUOYOUR, J., SELMI, R., SHAHZAD, S. J. H. ve SHAHBAZ, M. (2017). "Response of Stock Returns to Oil Price Shocks: Evidence from Oil Importing and Exporting Countries", *Journal of Economic Integration*, 32(4), 13-936.
- BRITO, J. ve CASTILLO, A. (2013). "Bitcoin A Primer for Policymakers", *Mercatus Center, George Mason University, Policy*, 29(4), 3-12.
- BROADSTOCK, D. C. ve FİLİS, G. (2014). "Oil Price Shocks and Stock Market Returns: New Evidence from the United States and China", *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, Elsevier, 33(C), 417-433.
- BÜBERKÖKÜ, Ö. (2013). "Hisse Senedi Fiyatları ile Döviz Kurları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerden Kanıtlar", *İMKB Dergisi*, 13(52), 1-17.
- CARRION-I SILVESTRE, J. L., KIM, D. ve PERRON, P. (2009). GLS-Based Unit Root Tests with Multiple Structural Breaks under Both the Null and The Alternative Hypotheses, *Econometric Theory*, 25(6), 1754-1792.
- COŞKUN, M., KİRACI, K. ve MUHAMMED, U. (2016). "Seçilmiş Makroekonomik Değişkenlerle Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Ampirik Bir İnceleme", *Finans Politik&Ekonomik Yorumlar*, 53(616), 61-74.
- COŞKUN, Y. ve ÜMİT, A. Ö. (2016). "Türkiye'de Hisse Senedi ile Döviz, Mevduat, Altın, Konut Piyasaları Arasındaki Eşbütünlüşme İlişkilerinin Analizi", *Business and Economics Research Journal*, 7(1), 47-69.
- CUNADO, J. ve GRACÍA F. P. DE. (2014). "Oil Price Shocks and Stock Market Returns: Evidence for Some European Countries", *Energy Economics*, 42, 365-377.
- ÇITAK, F. ve KENDİRLİ, S. (2019). "Petrol Fiyatlarının Döviz Kuru ve Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Asimetrik Etkisi: Türkiye Örneği", *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(4), 643-657.
- DAHİR, A. M., MAHAT, F., RAZAK, N. H. AB ve BANY-ARİFFİN, A. N. (2018). "Revisiting the Dynamic Relationship Between Exchange Rates and Stock Prices in BRICS Countries: A Wavelet Analysis", *Borsa Istanbul Review*, 18(2), 101-113.
- DİLBAZ ALACAĞAN, N. ve AKARSU, Y. (2019). "Döviz Kuru Riskinin Borsa İstanbul 100 Endeksi Üzerindeki Etkisi Zaman Serisi Analizi: Türkiye Örneği", *Journal of Life Economics*, 6(2), 133-150.
- DİRİCAN, C. ve CANÖZ İ. (2017). "The Cointegration Relationship Between Bitcoin Prices and Major World Stock Indices: An Analysis with ARDL Model Approach", *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 4(4), 377-392.

DOĞRU, B. ve RECEPOĞLU, M. (2013). "Türkiye'de Hisse Senedi Fiyatları ve Döviz Kuru Arasında Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Eş Bütünleşme İlişkisi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayısı, 17-34.

ERBAYKAL, E. ve OKUYAN, H. A. (2007). "Hisse Senedi Fiyatları ile Döviz Kuru İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Ampirik Bir Uygulama", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 1(1), 77-89.

EYÜBOĞLU, S. ve EYÜBOĞLU, K. (2018). "Borsa İstanbul Sektör Endeksleri ile Döviz Kurları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: ARDL Modeli", *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 8-28.

GENÇYÜREK, A. G. ve DEMİRELİ, E. (2019). "Gelişmekte Olan Ülkelerin Hisse Senedi Piyasaları ile Ham Petrol Arasındaki Getiri ve Volatilité Yayılımı", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 61, 66-83.

GÖÇER, İ. ve PEKER, O. (2014). "Yabancı Doğrudan Yatırımların İstihdam Üzerindeki Etkisi: Türkiye, Çin ve Hindistan Örneğinde Çoklu Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Analizi", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(1), 106-123.

GÖÇER, İ., MERCAN, M. ve PEKER, O. (2013). Kredi Hacmi Artışının Cari Açığına Etkisi: Çoklu Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Analizi, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 18, 1-17.

GÜLER, S., TUNÇ, R. ve ORÇUN, Ç. (2010). "Petrol Fiyat Riski ve Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Türkiye'de Enerji Sektörü Üzerinde Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 297-315.

GÜNEY, S. ve SAKA İLGİN, K. (2019). "Yatırım Araçlarının BİST-100 Endeksi Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 53, 226-245.

HACIHASANOĞLU, E. ve SOYTAŞ, U. (2011). "Emtia Fiyatları ile Hisse Senedi Piyasaları Arasındaki İlişki", *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 12(1), 53-65.

İŞCAN, E. (2010). "Petrol Fiyatının Hisse Senedi Piyasası Üzerindeki Etkisi", *Maliye Dergisi*, 158, 607-617.

JEBRAN, K. ve IQBAL, A. (2016). "Dynamics of Volatility Spillover between Stock Market and Foreign Exchange Market: Evidence from Asian Countries", *Financial Innovation*, 2(3), 1-20.

KAKİLLİ ACARAVCI, S. ve REYHANOĞLU, İ. (2013). "Enerji Fiyatları ve Hisse Senedi Getirileri: Türkiye Ekonomisi için Bir Uygulama", *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 94-110.

KARCIOĞLU, R., ÖZCAN, M. ve AĞIRMAN, E. (2017). "Petrol Fiyatları ve BIST Sektör Endeksleri İlişkisi", *International Conference on Eurasian Economies*, 301-306.

KARHAN, G. ve AYDIN, H. İ. (2018). "Petrol Fiyatları, Kur ve Hisse Senedi Getirileri Üzerine Bir Araştırma", *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10(19), 405-413.

KASMAN, S. (2003). "The Relationship Between Exchange Rates and Stock Prices: A Causality Analysis", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 70-79.

KENDİRLİ, S. ve ÇANKAYA, M. (2016a). "Ham Petrol Fiyatlarının BİST 100 ve BİST Ulaştırma Endeksleri İle İlişkisi", *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12, 136-141.

KENDİRLİ, S. ve ÇANKAYA, M. (2016b). "Dolar Kurunun Borsa İstanbul-30 Endeksi Üzerindeki Etkisi ve Aralarındaki Nedensellik İlişkinin İncelenmesi", *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 307-324.

- KILIÇ, Y. ve ÇÜTÇÜ, İ. (2018). "Bitcoin Fiyatları ile Borsa İstanbul Endeksi Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(3), 235-250.
- KIRCI ALTINKESKİ, B. ve ÇEVİK, E. İ. (2019). "Petrol Fiyat Şoklarının Hisse Senedi Piyasası Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği", *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Ek Sayı, 165-180.
- KOÇOĞLU, Ş., ÇEVİK, Y. E. ve TANRIÖVEN, C. (2016), "Bitcoin Piyasalarının Etkinliği, Likiditesi ve Oynaklığı", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 77-97.
- KONUŞKAN, A. ve KOCABIYIK, T. (2019). "Altın, Petrol, Döviz ve Borsa Endeksi Arasındaki İlişkinin Nedensellik Analizi ile Keşfi: Türkiye Örneği", *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 3(1), 1-19.
- KORKMAZ, Ö., ERER, D. ve ERER, E. (2016). "Alternatif Yatırım Araçlarında Ortaya Çıkan Balonlar Türkiye Hisse Senedi Piyasasını Etkiliyor mu? BİST 100 Üzerine Bir Uygulama", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 10(2), 29-61.
- KUZU, S. (2019). "Devlet İç Borçlanma Senetleri, Döviz, Petrol Piyasalarının Hisse Senedi Piyasası Üzerine Ortalama ve Oynaklık Yayılma Etkileri", *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 443-461.
- LUQMAN, R. ve KOUSER, R. (2018). "Asymmetrical Linkages between Foreign Exchange and Stock Markets: Empirical Evidence through Linear and Non-Linear ARDL", *Journal of Risk and Financial Management*, 6(51), 2-14.
- MAKI, D. (2012). Tests For Cointegration Allowing For an Unknown Number of Breaks. *Economic Modelling*, 29(5), 2011-2015.
- MANASSEH, C. O., CHUKWU, N. O., ABADA, F. C., OGBUADOR, J. E., LAWAL, A. I. ve ALIO, F. C. (2019). "Interactions between Stock Prices and Exchange Rates: An Application of Multivariate VAR-GARCH Model", *Cogent Economics & Finance*, 7(1), 1-19.
- MARASHDEH, H. ve AFANDI, A. (2017). "Oil Price Shocks and Stock Market Returns in the Three Largest Oil-producing Countries", *International Journal of Energy Economics and Policy*, 7(5), 312-322.
- MUHAMMAD, N. ve RASHEED, A. (2004). "Stock Prices and Exchange Rates: Are They Related? Evidence from South Asian Countries", *Pakistan Development Review*, 41(4), 535-549.
- SYZDYKOVA ORALBAYKIZI, A. (2019). "Petrol Fiyat Değişimlerinin BİST Endeks Getirileri Üzerindeki Etkisinin Analizi", *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 247-265.
- ÖGET, E. ve ŞAHİN, S. (2017). "Hisse Senetleri ile Altın Ons Fiyatları ve Ham Petrol Fiyatları Arasındaki Eşbütünleşme İlişkisi: BİST 100", *Ulakbilge*, 5(11), 637-653.
- ÖNCÜ, M. A., ÇÖMLEKÇİ, İ., YAZGAN, H. İ. ve BAR, M. (2015). "Yatırım Araçları Arasındaki Eşbütünleşme (BİST100, Altın, Reel Döviz Kuru)", *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 43-57.
- ÖZER, A. (2017). "Petrol Fiyatları ile Hisse Senedi Getirileri Arasında Volatilitenin Yayılma Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Özel Sayısı, 654-662.
- ÖZMERDİVANLI, A. (2014). "Petrol Fiyatları ile BIST 100 Endeksi Kapanış Fiyatları Arasındaki İlişki". *Akademik Bakış Dergisi*, 43, 1-12.
- PARK, J. ve RATTI, R. A. (2008). "Oil Price Shocks and Stock Markets in the U.S. and 13 European Countries", *Energy Economics*, 30, 2587-2608.
- PEKKAYA, M. ve BAYRAMOĞLU, F. (2008). "Hisse Senedi Fiyatları ve Döviz Kuru Arasındaki Nedensellik İlişkisi: YTL/USD, İMKB 100 ve S&P 500 Üzerine Bir Uygulama", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 38, 163-176.
- ROGOJANU, A. ve BADEA, L. (2014). "The Issue of Competing Currencies. Case Study-Bitcoin", *Theoretical and Applied Economics*, 21, 1(590), 103-114.

- SADORSKY, P. (1999). "Oil Price Shocks and Stock Market Activity", *Energy Economics*, 21, 449-469.
- SEVÜKTEKİN, M. ve ÇINAR, M. (2017). *Ekonomik Zaman Serileri Analizi*, 5. Baskı, Dora Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- SYZDYKOVA, A. (2017). "Petrol Fiyatlarının Hisse Senedi Piyasasına Etkisi: Kazakistan Borsası Örneği", *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 259-269.
- ŞENER, S., YILANCI, V. ve TIRAŞOĞLU, M. (2013). "Petrol Fiyatları ile Borsa İstanbul'un Kapanış Fiyatları Arasındaki Saklı İlişkinin Analizi", *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 231-248.
- TABAK, B. M. (2006). "The Dynamic Relationship Between Stock Prices and Exchange Rates: Evidence for Brazil", *Banco Central Do Brazil, Working Paper Series 124*, 1-37.
- TUNA, İ. (2019). "Altın Fiyatları, Döviz Kuru ve Faiz Oranlarının BIST Bankacılık Endeksine (XBANK) Etkisi", 23. *Finans Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 1215-1223.
- UÇAN, O., GÜZEL F. ve ACAR, M. (2017). "Makroekonomik Göstergelerin Borsa Endeksi Üzerine Etkisi: Panel Veri Analizi ile Borsa İstanbul'da Bir Uygulama", *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19(2), 509-523.
- ÜMİT, A. Ö. (2016), Türkiye'de Ticari Açıklık, Kredi Hacmi ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiler: Çoklu Yapısal Kırımlı Zaman Serisi Analizi, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 471-499.
- ÜRKMEZ, E. ve KARATAŞ, T. (2017). "Borsa İstanbul 100 Endeksi ile Döviz Kurları Arasındaki Dinamik İlişkinin Belirlenmesi", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(45), 393-409.
- YAMAK, N., KOLCU, F. ve KÖYEL, F. (2018). "Döviz Kuru Oynaklığı Ve Borsa Endeks Oynaklığı Arasındaki Asimetrik İlişki", *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 171-187.
- YARAŞIR TÜLÜMCE, S. ve ZEREN, F. (2017). Türkiye'de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Asimetrik Nedensellik Testi İle Analizi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(2), 299-310.
- YILANCI, V. ve BOZOKLU, Ş. (2014). Türk Sermaye Piyasasında Fiyat ve İşlem Hacmi İlişkisi: Zamanla Değişen Asimetrik Nedensellik Analizi, *Ege Akademik Bakış*, 14(2), 211-220.
- YILDIRIM, M., BAYAR, Y. ve KAYA, A. (2014). "Enerji Fiyatlarının Sanayi Sektörü Hisse Senedi Fiyatları Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul Sanayi Sektörü Şirketleri", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 62, 93-108.
- ZEREN, F. ve KOÇ, M. (2016). "Time Varying Causality Between Stock Market and Exchange Rate: Evidence from Turkey, Japan and England, *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 29(1), 696-705.

Summary

With the financial globalization, national financial markets have been integrated and the capital has started to circulate freely. Therefore, financial instruments have also varied along with the financial markets in which investors can choose to invest. In this study, it is tried to determine the relationship between different investment instruments in order to shed light on investors who want to invest with portfolio diversification. It has been observed in the literature that the relationship between the stock market and other markets is mostly tested with traditional models. It was determined that the number of studies, taking

into account the structural breaks, was not large and the studies were carried out with a small number of variables. Therefore, while presenting a wide literature by including many studies in the world and country financial markets, the relationship between stock, commodity, foreign exchange and digital money markets has been analyzed by taking into account the structural breaks that occur in the economy. In the study, BIST 100 Index representing the stock market, Bitcoin prices representing the digital money market, Brent oil prices representing the commodity market, and the US Dollar rate representing the exchange rate were used. Daily price data for the period 07.19.2010-03.19.2020 were used in the analysis. Before starting the analysis, the graphs of the variables were drawn for a preliminary assessment of the variables used. From the graph results plotted, a visual result was obtained indicating that there were structural breaks in the series. After, Carrion-i Silvestre et al. (2009) performed a unit root test with multiple structural break and it was concluded that there is unit root in all series, that is, the series are not stationary in level values. Maki (2012) multiple structural break cointegration test, which also takes into account the structural breaks that occur in the economy, was conducted in order to test whether there is a long-term relationship between variables after taking the first differences of the series. As a result of the cointegration test, it was found that there was a relationship between the BIST 100 Index, Bitcoin, the US Dollar rate, the price of Brent oil and it was revealed that the variables moved together in the long run in equilibrium. After testing the existence of a long-term relationship between the series, the Hatemi-J asymmetric causality test was conducted to see whether there was a causality relationship between the series. According to the results of the asymmetric causality test of Hatemi-J (2012), it is seen that there is asymmetric causality from BIST 100 Index negative shocks to Bitcoin, US Dollar exchange rate and Brent oil positive shocks. In line with this result, it is of great importance that those who want to invest in Bitcoin, dollar and oil markets should follow the changes in the stock market in the process of making a speculative investment decision. From the positive and negative shocks of the BIST 100 Index to the negative shocks of the US Dollar rate, from the negative shock of the US Dollar rate to the negative shock of the BIST 100 Index, from the positive and negative shocks of the US Dollar rate to the positive shocks of the BIST 100 Index, an asymmetric causality finding has been reached. Thus, it is seen that the changes in the BIST 100 Index affect the US Dollar rate negatively, the changes in the US Dollar exchange rate positively affect the BIST 100 Index, and the negative changes in the US Dollar exchange rate affect the BIST 100 Index negatively. As a result of changes in the US Dollar exchange rate, individuals or organizations that have investment potential can invest in stock market instruments as well as in different market instruments. Finally, it is concluded that there is an asymmetric negative relationship from the Brent oil negative shock to the BIST 100 positive shock. This situation can be interpreted as the petroleum investor directs his investments to equity market instruments. The results obtained from the study gave results consistent with the previous studies in the literature. In future studies, the analysis can be repeated in terms of different financial assets by taking into account different variables such as silver, gold, natural gas, bonds, interest rates, money supply, or the volatility between these assets can be examined with frequency-based or the volatility between these assets can be analyzed using frequency-based or non-linear approaches and guiding investors in their investment preferences.

Newspapers in Science Communication: A Content Analysis on Science and Technology News

İsmail DÖNMEZ*

Abstract

Science communication describes the connection between science and society in various ways. Written media and media tools contribute to strengthening science communication. The aim of this research was to examine the science and technology news in daily newspapers published in Turkey. Three newspapers in Turkey (Hürriyet, Sabah, and Posta), and their publications between August 28th and September 21st, 2019, were selected in this study. Some reviews have been made into how often these newspapers include science and technology events occurring in Turkey and around the world, what type of scientific news there is, and in what way the socio-scientific contents are presented in newspapers. The content analysis method was used in the study and the news items were presented in categories. As a result of the research, it was observed that science and technology news is given little space in these newspapers and is generally presented in the small columns on the last pages. It was seen that newspapers are an important tool in presenting scientific content and socio-scientific issues to society, but these depictions made are in certain patterns.

Keywords: Science Communication, Newspapers, Media, Socio-scientific Issues, Content Analysis

Bilim İletişiminde Gazeteler: Bilim ve Teknoloji Haberleri Üzerine Bir İçerik Analizi

Öz

Bilim iletişimi, bilimin toplumla çeşitli yollarla bağlantısı olarak tanımlanmaktadır. Yazılı basın ve medya araçları bilim iletişimini güçlendirmede katkı sunabilir. Araştırmanın amacı Türkiye’de yayınlanan günlük basılı gazetelerdeki bilim ve teknoloji haberlerine ne kadar ve nasıl yer verildiğinin incelenmesidir. Araştırmada incelenmek üzere 28.08.2019-21.09.2019 tarihleri arasında Türkiye’de yayınlanan üç gazete (Hürriyet, Sabah ve Posta) seçilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen gazetelerin, Türkiye’de ve Dünya’da geçen olaylara konu olmuş bilim ve teknoloji haberlerine hangi sıklıkla yer verdikleri, en sık hangi tür bilim haberlerine yer verdikleri, sosyo-bilimsel içeriklerin ne şekilde sunulduğu incelenmiştir. Araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır ve tespit edilen haberler kategoriler halinde sunulmuştur.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 24.04.2021

Kabul/Accepted: 21.04.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.915432>

* Asst. Prof., PhD., Muş Alparslan University, Child Development Department, Muş, Türkiye.
E-mail: i.donmez@alparslan.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-7792-0169>

Araştırma sonucunda, gazetelerde bilim ve teknoloji haberlerine çok az yer verildiği genellikle son sayfalarda küçük sütunlarda sunulduğu görülmüştür. Teknoloji haberleri ise nispeten iç sayfalarda daha (bilim haberlerine göre) büyük bölümlerinde yer verildiği görülmüştür. Gazetelerin bilimsel içerikleri ve sosyo bilimsel konuların topluma sunulmasında önemli bir araç olduğu ancak yapılan tasvirlerin belirli kalıplarda olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Bilim İletişimi, Gazeteler, Medya, Sosyo-bilimsel Konular, İçerik Analizi

Introduction

Science communication receives significant attention from policymakers, research institutions, practitioners, and academics (Bubela et al., 2009). As a result of advanced communication tools and technology, individuals can access information whenever they want to. Information is in the hands of individuals, which has made it easier for us to access information, but it has become difficult to find accurate and reliable information (Sevgi & Şahin, 2017). Mass media, especially newspapers, are important social institutions in a link with the country's cultural, economic, and political state. Gathering and evaluating information about these institutions, integrating them into theoretical structures, and understanding the nature of these institutions through theoretical explanations are very important in academic terms (Erdoğan, 2007). Over the years, it has been observed that science and scientific research have an increasing impact, both directly and indirectly, on public life. As a result, we can see that the general public is increasingly getting interested in science and science policies. Nunn (1979) stated that newspaper viewers, especially young adults, have a great interest in science news. Science communication defines the connection between scientists and the rest of society or the public through various means. Due to the gradual institutionalization of science in the 20th century, the distance between scientists and the public has gradually widened (Utma, 2017). During the last 20 years, Turkey has shown significant growth in science communication activities. Currently, there are many channels that are used to transmit science in the region. Scientific journals, popular science journals, science museums, newspapers, and television programs are some examples of the most used channels in science communication. It is seen that there has not been enough research done yet in terms of how much space newspapers include and why they are involved in scientific communication, how they provide the service, whether there is a science supplement or not, the reasons for this, how they decide on the science news, or the topics emphasized in science communication and the sources of news. In this research, a study was conducted on the representation of science and technology news in newspapers, which is one of the science communication tools.

Literature Review

Science Communication

Making informed decisions about complex issues, such as climate change, vaccines, genetically modified foods, nanotechnology, etc., requires an understanding of the science involved, particularly as it relates to the potential consequences of current courses of action. Science communication has an important role in understanding science (Bruin & Bostrom, 2013). Science communication helps the public to understand science as part of their real life and not only see the importance of science and the source of

pleasure and curiosity, but also help citizens, policy makers, funders, etc. It helps to educate citizens who are concerned about the threats facing our planet; thus, better shaping the direction of politics and policy decisions (Jucan & Jucan, 2014). Therefore, the problem of presenting science with books, newspapers, educational films, and radio and television programs that will bridge the distance between the world of ordinary people and the world of scientists, and facilitate the access of science to the general public or the public, that is, the popularization of science, as an important issue, is an important issue in the public policies of developed countries and the future (Dursun, 2018). Science journalism and journalism practices, are the practical realization grounds of science communication and examining how science is presented in the media.

Newspapers and Science Literacy

It is known that journals and newspapers published in the 20th century have a very important role in increasing the scientific literacy of people and popularizing science (Babaii, Atai, & Saidi, 2017). Newspapers are a resource that can be used for all teaching areas and all levels. Newspapers contain interesting information that can appeal to every individual in a society. Therefore, the use of newspapers can attract students' interest and increase their motivation. Newspapers include different sections, such as sports news, comics, and current events. In this way, new stories are discovered every day and that is why newspapers can be used in a classroom environment (Manning, 2001).

Journalism, when examined within the scope of communication science, has an interdisciplinary feature, despite the fact that it is a unique discipline. Journalism is a social system that transcends cultural boundaries and falls within the scope of globalized media communication. Newspapers both produce content and ideas and convey thematic information in the process of reporting an event, phenomenon, or information (Saray, 2018). Science news is both news of action and discourse in the context of innovation and timeliness. Technology is utilized while reporting the actions such as lunar eclipses or launching a space shuttle or the discourses such as scientific conferences, symposiums, meetings, and press releases (Girgin, 1998). Kahan (2014) put forth a definition of science journalism in a paper named "Defining Science Journalism": 1) it gives the necessary information about science and science literacy and provides citizens with the information that they need to make decisions in their daily lives; 2) it focuses on the context and pays attention to the needs and situations of the audience; 3) it focuses on the idea of a broad palette of information in which scientists and non-scientists have equal input; and 4) it focuses on the processes behind science and involves the multi-stakeholder perspective and engages the audience in pluralistic discussions.

The scientific perspective that constitutes the source of basic knowledge of science for the vast majority of adults in the media is represented as follows (Pellechia, 1997): 1) Medicine and health: there is some research news as to the health-related areas in this category. Some examples of products in this category include research on new drugs, surgical procedures, and diseases, as well as research on health, nutrition, and fitness. If there were available results of scientific research carried out by a researcher affiliated with a hospital or university, some articles on psychology could also be included; 2) Technology: this category includes the stories focusing on the developments in engineering and applied sciences. The stories included in this category include the researches on the space program, computer technology, and superconductor; and 3) Natural and physical sciences: this category includes theoretical stories from the fields of astronomy, physics, chemistry, biology, zoology, marine biology, and environmental science. The Ministry of National Education (MoNE) in Turkey (2005, 2008) gives more importance to science literacy among the other science education programs.

Therefore, it is thought that newspapers can be used as an important tool in bringing science literacy to students and society. There is, however, a general agreement that science education or as many others say "Science, Technology, and Society education", should provide students with the necessary skills of being scientifically literate citizens. DeBoer (2000, p. 592) identifies nine objectives proposed for science education, all of which contribute to the greater goal of scientific literacy. One of them can be summarized as "understanding the science news and discussions in popular media" (DeBoer, 2000). In their study "Science and technology literacy and informal science education: The potential role of newspapers", Kavak, Tufan, Demirelli (2006) focused on the side effects of science and technology on the environment rather than the news about science and technology in the newspapers. This news stated that there is no sufficient information about the nature of science and scientific process skills. According to Öztekin and Şahin (2020), a good roadmap is needed in science journalism, as exaggerated inflated claims, scientific abuses, ethical violations, conflicts of interest can destroy scientific realities. Erdoğan's (2007) study also reveals that there are hardly any professional science reporters in the media. Therefore, it has recently emerged that an increasing portion of science news published in Switzerland is based on press releases provided by the university (Vogler and Schäfer, 2020). For this reason, professionals should support the creation of science news.

In the 21st century, digital news sites and short videos are increasingly replacing text-based news as a source of information, and media companies appear to be an important area for investment in video content (Salzmann et al., 2021). Digital newspaper publishing is taking firm steps towards becoming the journalism type of the future, with features such as speed and freedom, as well as the interactive opportunities it offers (Kılıç and Övür, 2019). Newspapers have embraced online platforms and continue to play a role as a consistent source of health and science information (Brossard & Scheufele, 2013). On the other hand, Ayhan, Baloğlu, and Livberber (2018) determined that the subject content of science and technology news in digital media is mostly technology companies, blockchain and developments related to medicine. Therefore, considering that the subjects that affect human life at a significant level are frequently included, the value of being scientifically literate individuals who have a critical and questioning perspective about the source, accuracy and reliability of information about science news in the media emerges (Elmalı, 2019).

Socio-scientific Issues

Socio-scientific issues are of great importance in science literacy, sustainable development, and citizenship. Socio-scientific issues (SBI) represent the social dilemmas with different perspectives, which are based on the application of scientific principles and are complex and controversial, and also have multiple solutions and different perspectives (Sadler and Fowler, 2006). The study of sociological subjects focuses on improving students' thinking skills. While doing this, the focus is on what affects science, the physical and social environment, and moral decisions (Zeidler, Sadler, Simmons & Howes, 2005).

It is thought that sociological issues in society will increase in number because of the rapid progress of science and technology makes it difficult for that society to understand this information. In addition, these issues may become even more complex day by day. Therefore, it may be difficult for every individual in society to understand these issues. Individuals should be able to discuss these issues with limited scientific knowledge. In this context, sociological issues should be included in educational programs and students should be given the opportunity to discuss these issues. Students' decision-

making on sociological issues is closely related to their knowledge of how to use scientific evidence and how to participate in a discussion. (Maloney and Simon, 2006).

For this reason, today's society faces many dilemmas. Societies should make their own decisions in issues such as genetically modified organisms, nuclear energy, and global warming and they should have an idea about these events. It is not easy for individuals to decide on these issues. When deciding, one should consider all criteria and address the positive and negative aspects of the situation (Dawson and Venville, 2009: 1422). Although newspapers, magazines, the internet, and other popular media are seen as important sources for non-scientists to learn about scientific research and their effects on scientific literacy are known, there are limited studies in this area (Norris, Phillips, & Korpan, 2003).

As scientific fields have become more complex, the public has struggled to understand the exponentially increasing pace of science, leading to low scientific literacy, misinformation (inadvertently false), disinformation (intentionally false), and loss of trust (Peretti-Watel et al., 2015). Science journalism, as an important branch of journalism, does not receive the necessary attention in Turkey (Koloğlu, 1997: 87). For this reason, the issue of how and to what extent the media fulfill the mediating role between the publics and the scientific world is a problem in itself (Dursun, 2018). One of the most important problems in the way science and technology is reported is that science journalists do not have a good grasp of the concepts and jargon in this field (Dursun, 2018). For example, Özkan (2018) stated that the headlines of science and technology news in newspapers are usually prepared in an interesting and intriguing manner, but the contents of the news are mostly not reflected in accordance with the scientific approach, and the source definition is not clear and unambiguous in some news. Although there are many studies on the subject in the relevant literature, it was seen that there is no direct research on the representation of science and technology news.

Importance of Study

Societies have begun to attach more and more importance to academic activities, not only in science and technology, but also in how to popularize science and how to debate with the public (Utma, 2017). For this reason, science communication has gained importance in our age. The media's news about science can mislead society, and false news can be delivered to the public. To prevent this, scientists have to pay special attention to their interactions with the media (Utma, 2017). Which news, as this has an important place among the mass media, does or does not give, and how it gives the news is an issue that needs to be emphasized and examined (Seyhan & Temiztürk, 2014). Although there are studies examining the integration of newspapers into education, as well as studies revealing the inadequacy of the news about education by the newspapers, there are no studies based on the examination of science and technology news. For this reason, it is thought that the number of science and technology news reports in the newspapers, the representation of these news reports, and the determination of the categories of these news reports will fill the gap in the literature.

Aim

Since newspapers, one of the means of mass communication, are cheap and easily accessible, they are preferred in daily life as a means of accessing news about politics, magazines, sports, science, technology, etc. Therefore, mass media is perceived as an effective tool in providing individuals with scientific literacy skills in terms of science and technology. The aim of this research was to examine the scientific and technological

contents of mass media, and analyze the news in terms of socio-scientific content. The questions to be answered within the scope of this study were as follows:

- a) How often do newspapers in the research sample include science and technology news?
- b) What is the frequency of the newspapers in the research sample to include science and technology news when compared to the total news?
- c) What content is used in the science and technology news of the newspapers in the research sample?
- d) At what level are socio-scientific issues included in the science and technology news of the newspapers in the research sample?

Method

The aim of this research was to examine how often the science and technology events in Turkey are included in the newspapers and in which way they are presented. For this purpose, quantitative methods were used to digitize the news, and qualitative data collection tools were used to classify the news. "Media content analysis is a special sub-branch of content analysis, which is a deep-rooted research methodology" (Macnamara, 2005). Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz, and Demirel (2012) defined content analysis as a systematic technique in which the document is categorized with rules-based coding in order to determine the existence of certain words or concepts within the text or texts. The content analysis technique can also be used for newspapers. The daily printed issues of the newspapers were obtained and the science and technology news in the world was analyzed. The content analysis method was used in the research.

Data Analyses

In determining the sample of this study, criterion sampling method, one of the purposeful sampling methods, was used. The criterion sampling method provides researchers with the opportunity to review and examine all cases that meet certain predetermined criteria (Patton, 2002). (a) In newspaper selection: Circulation. (b) In the selection of numbers: Printed (c) In the selection of the sample; Criteria such as representative of the sample to represent the universe were determined. It was deemed sufficient to reach a one-month issue with the start date of the research. In similar studies, it has been found sufficient to examine the number of monthly newspapers (Öztekin and Şahin, 2020; Dursun, 2018). In the study, three newspapers in Turkey, *Hürriyet*, *Sabah*, and *Posta*, were analyzed. The newspapers with the highest circulation on the specified dates were *Sabah*, *Hürriyet*, and *Sözcü*. It was determined that *Sözcü* was not delivered on some days in the region where the research was conducted on the relevant dates. For this reason, a newspaper named *Posta* was added to the research.



Figure 1. Newspapers used in the research and their circulation.

According to Speedapp (<http://app.speedmedya.com/>), the newspaper circulation of Sabah (263,664), Hürriyet (216,743), and Posta (165,738) on the relevant dates are given in Figure 1. The newspapers were analyzed because they were distributed in an important and widespread manner at a national level and their circulation is much greater than the other newspapers. All copies of these newspapers published between August 28th and September 21st, 2019, were examined. Only newspapers from Sabah, dated August 29th, and Hürriyet, dated August 30th, that could not be obtained and included in the study. Each published newspaper supplement was included in this study. As a matter of fact, Hürriyet, one of the newspapers used in the sample, has a science and/or health column in its Tuesday edition. Thus, one week for each of the three newspapers and one day for each of the three time periods were analyzed. Thus, reviewed were 23 issues of Hürriyet, 23 issues of Sabah, and 23 Posta. These 69 newspapers were examined and 304 science and technology news articles were identified. It was within the scope of internal validity to determine whether the terms specified in the research examined were appropriate for the content and whether the findings obtained were consistent with the content presented (Maxwell, 1992). In this context, in order to provide internal validity, the data obtained from the newspapers were revealed and interpretations of them were made. Glesne (2006) stated that sharing qualitative studies with people who are experts in this field and getting feedback from them will increase the reliability of the research. In order to ensure the reliability of the research, the findings were sent to an independent researcher specialized in qualitative research, and feedback was received. The data obtained were subjected to Miles and Huberman compatibility tests. In comparison to the numbers of consensus and disagreement the reliability of studies was calculated by using Miles and Huberman formula (reliability = consensus /

consensus + disagreement) (Miles & Huberman, 1994). According to the compatibility test, the compatibility of the data was calculated as 91%.

Within the scope of this research, an answer was sought to the questions "What is the frequency of the newspapers in the research sample to include science and technology news?" and "What kind of scientific content is the subject of newspaper news?". After reviewing the newspapers included in the study group, the identified news items were categorized. While determining the categories, the science news items were analyzed in-depth, as Elliot (2006) stated. In this respect, it was aimed to find an answer to the following concepts and questions: Title: Does it persuade you to read the rest of the article? Reportability: This is a combination of factors that determine whether an article should be printed or not. Source: Is it possible for the original source of the story to be identified? Scientific content: Does the story make any assumptions about the reader's previous knowledge? Does it explain the scientific background of the story? Scientists: How are the scientists involved in the story portrayed? Drawings: If there is, what elements from the images are used? Balance and bias: Is it possible to detect any prejudice in the story? What is the status of the quoted persons and does the author express his/her views? Editor's comment: Is the story cited elsewhere in the newspaper by the editor or the editor-in-chief? If so, what is the nature of this interpretation and does it show any balance or bias?

While analyzing socio-scientific issues, the analysis created by Ekborg, Ideland & Malmberg, (2009) was used. Starting point: Socio-scientific issues are real situations in real life and are often reported by the media (Ratcliffe & Grace, 2003). The starting points may be both fictional and non-fictional. The starting points may be both fictional and non-fictional (Ekborg, Ideland & Malmberg, 2009). Characteristics of scientific evidence: This component is based on various scientific evidence. Ratcliffe and Grace (2003) state that sociological issues are characteristic, and they are not "correct answers". However, there are different reasons for the dispute in the interpretation of science content, values or financial reasons etc. Social content: Today, science provides integrity with politics, economics, ethics, and so on in a complex way (Nowotny, Scott & Gibbons, 2002). However, the studies show that school science is generally preparation for studies in science and not for the use of science in society (Aikenhead, 2006). The use of scientific knowledge: Jensen and Schnack (1997) argued that the objectives of education should be to enable students to achieve their ability and willingness to act according to their decisions. Level of conflict of interest: Subjects defined as sociological issues are complex and contain conflicts of interest (Jensen and Schnack, 1997); this means that people will discuss, make decisions, and act according to different interests and different knowledge bases.

Findings

3.1. Findings of the first subproblem: "What is the frequency of the newspapers in the research sample to include science and technology news?"

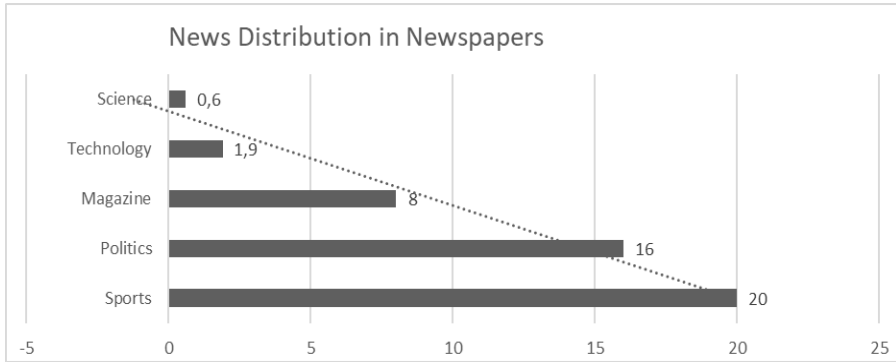


Figure 2. Distributions (%) of the news published between August 28th and September 21st.

Figure 2 shows the ratio of science and technology to total news. Between August 28th and September 21st, a total of 9125 news articles ($f = 125$ (0.6%)) (politics, current, sports, science, technology, etc.) were published in the three newspapers. On the other hand, it is seen that the number of sports news articles was $f = 1825$ (20%), political news articles was $f = 1460$ (16%), and magazine news articles was $f = 730$ (8%). It was observed that science news was usually on the last pages and technology news was on the inner pages. Science news was observed to be presented usually in small boxes, while technology news was in larger columns.

Table 1. Ratio of science and technology news to total news.

Total	Science		Technology		Politics		Sports		Magazine	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
9125	125	0,6	179	1,9	1460	16	1825	20	730	8

3.2. Findings of the second subproblem: "What is the frequency of the newspapers in the research sample to include science and technology news compared to the total news?"

Table 2. Frequency and percentage values of science and technology news.

Date	Newsp.	Science		Technology		Date	Newsp.	Science		Technology	
		f	%	f	%			f	%	f	%
August 28th	Hürriyet	1	0.08	3	0.16	September 9th	Hürriyet	-	-	1	0.05
	Posta	1	0.08	-	-		Posta	2	0.16	2	0.11
	Sabah	1	0.08	-	-		Sabah	1	0.08	3	0.16
August 29th	Hürriyet	2	0.16	2	0.11	September 10th	Hürriyet	3	0.24	1	0.05
	Posta	1	0.08	2	0.11		Posta	2	0.16	-	-
	Sabah*	-	-	-	-		Sabah	2	0.16	1	0.05
August 30th	Hürriyet*	-	-	-	-	September 11th	Hürriyet	6	0.48	2	0.11
	Posta	-	-	-	-		Posta	1	0.08	3	0.16
	Sabah	1	0.08	-	-		Sabah	1	0.08	1	0.05
August 28th	Hürriyet	2	0.16	2	0.11	September 11th	Hürriyet	3	0.24	2	0.11
	Posta	-	-	2	0.11		Posta	-	-	-	-

August 31st	Sabah	1	0.08	2	0.11	September 12th	Sabah	2	0.16	2	0.11
September 1st	Hürriyet	1	0.08	1	0.05	September 13th	Hürriyet	2	0.16	1	0.05
	Posta	1	0.08	1	0.05		Posta	3	0.24	-	-
	Sabah	1	0.08	1	0.05		Sabah	2	0.16	5	0.27
September 2nd	Hürriyet	3	0.24	1	0.05	September 14th	Hürriyet	2	0.16	4	0.22
	Posta	1	0.08	1	0.05		Posta	-	-	3	0.16
	Sabah	-	-	3	0.16		Sabah	4	0.32	10	0.55
September 3rd	Hürriyet	4	0.32	3	0.16	September 15th	Hürriyet	1	0.08	5	0.27
	Posta	1	0.08	-	-		Posta	2	0.16	2	0.11
	Sabah	2	0.16	-	-		Sabah	2	0.16	3	0.16
September 4th	Hürriyet	1	0.08	2	0.11	September 16th	Hürriyet	3	0.24	2	0.11
	Posta	1	0.08	3	0.16		Posta	2	0.16	2	0.11
	Sabah	1	0.08	3	0.16		Sabah	-	-	5	0.27
September 5th	Hürriyet	4	0.32	-	-	September 17th	Hürriyet	2	0.16	1	0.05
	Posta	3	0.24	-	-		Posta	3	0.24	-	-
	Sabah	-	-	1	0.05		Sabah	2	0.16	5	0.27
September 6th	Hürriyet	2	0.16	1	0.05	September 18th	Hürriyet	3	0.24	4	0.22
	Posta	1	0.08	2	0.11		Posta	2	0.16	4	0.22
	Sabah	2	0.16	4	0.22		Sabah	-	-	3	0.16
September 7th	Hürriyet	2	0.16	3	0.16	September 19th	Hürriyet	4	0.32	10	0.55
	Posta	3	0.24	2	0.11		Posta	4	0.32	3	0.16
	Sabah	-	-	-	-		Sabah	1	0.08	4	0.22
September 8th	Hürriyet	3	0.24	9	0.05	September 20th	Hürriyet	1	0.08	5	0.27
	Posta	1	0.08	3	0.16		Posta	2	0.16	2	0.11
	Sabah	-	-	9	0.50		Sabah	2	0.16	3	0.16
						September 21st	Hürriyet	3	0.24	2	0.11
							Posta	2	0.16	2	0.11
							Sabah	-	-	5	0.27

Table 2 shows the frequency and percentage values of science and technology news (including health and medicine) published between August 28th and September 21st. There were 125 news in science and 179 news in technology. The newspapers, Sabah dated August 29th, and Hürriyet, dated August 30th, could not be obtained. Daily science news articles generally varied between $f = 1$ (0.08%) and $f = 6$ (0.48%). Most of the science news articles were in the newspaper Hürriyet ($f = 55$) and the least were in Sabah ($f = 22$). On some days, no science news articles were found (e.g., Posta dated August 30th, Sabah dated September 5th, and Hürriyet dated September 9th). Technology news articles generally varied daily between $f = 1$ (0.08%) and $f = 10$ (0.55%). Most of the technology news articles were in Sabah ($f = 80$) and the least were in Posta ($f = 32$). On some days, no technology news articles were found (e.g., Posta dated August 28th, Sabah dated September 3rd and Hürriyet September 5th).

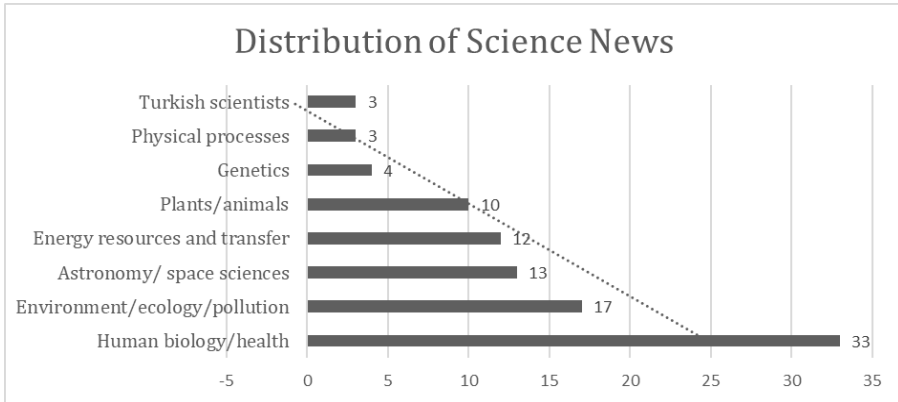


Figure 3. Percentage (%) of scientific news published between August 28th and September 21st.

Figure 3 shows the frequency and percentage of the science news published between August 28th and September 21st. The distributions were listed as human biology/health $f = 42$ (33%), environment/ecology/pollution $f = 22$ (17%), astronomy/space sciences $f = 17$ (13%), energy sources and transfer $f = 15$ (12%), plants/animals $f = 13$ (10%), genetic $f = 6$ (4%), physical processes $f = 5$ (3%), and Turkish scientists $f = 5$ (3%).

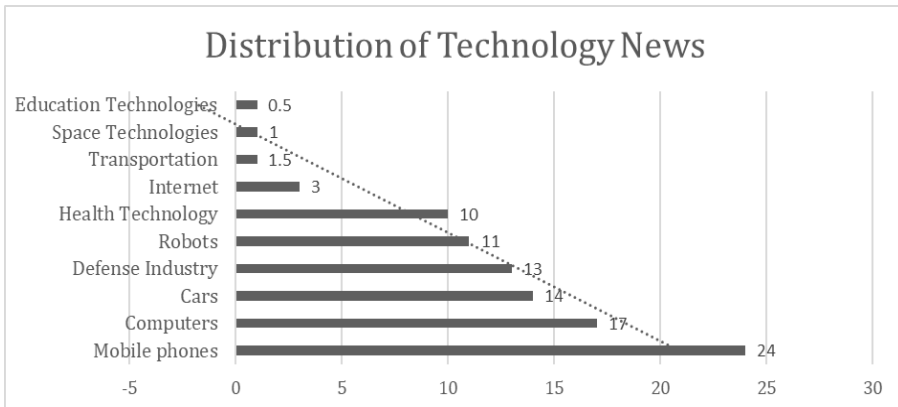


Figure 4. Percentage of the technology news published between August 28th and September 21st.

Figure 4 shows the frequency and percentage of the technology news published between August 28th and September 21st. The distributions were listed as mobile phone news $f = 44$ (24%), computer news $f = 32$ (17%), car technologies $f = 26$ (13%), defense industry $f = 25$ (13%), robots $f = 21$ (11%), health technology $f = 19$ (10%), internet $f = 6$ (3%), transportation $f = 3$ (1.5%), space technologies $f = 2$ (1%), and educational technologies $f = 1$ (0.5%).

3.3. Findings of the third subproblem: "What content is used in the science news of the newspapers in the research sample?"

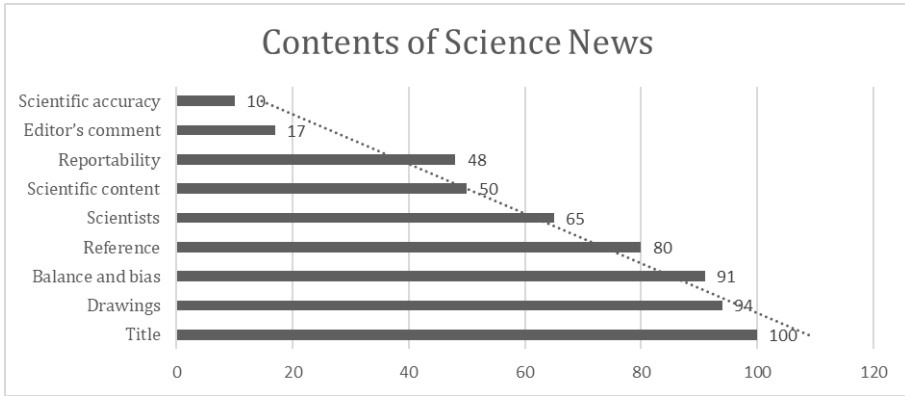


Figure 5. Percentage of the content (%) of the scientific news published between August 28th and September 21st.

Figure 5 shows the percentages of the scientific news content published between August 28th and September 21st, and the frequency, percentage, and content signs are shown in Table 3. A title can be seen in 100% (f = 129) of the news items, the reportability in 48% (f = 60), the source in 80% (f = 103), the scientific content in 50% (f = 64), scientific accuracy in 10% (f = 13), scientists in 65% (f = 83), drawings in 94% (f = 121), balance and prejudice in 91% (f = 117), and the editor's comment in 17% (f = 21).

Table 3. Frequency and percentage values of the scientific news published between August 28th and September 21st.

Code	Content	f	%
a	Title	129	100
b	Reportability	60	48
c	Reference	103	80
d	Scientific content	64	50
e	Scientific accuracy	13	10
f	Scientists	83	65
g	Drawings	121	94
h	Balance and bias	117	91
i	Editor's comment	21	17

Hürriyet, dated August 28th, "END OF SNORING WITH JAW IMPLANT (a)" Image is available (g). Belgian scientists have promised to treat sleep apnea after a 15-minute operation with jaw implants which they have developed (b). A thumb-sized chin implant developed by a Belgian firm has become a beacon of hope for the permanent solution of sleep apnea. The "U implant shaped implant can be placed under the chin within a 15-minute operation (d). The implant's stimulation of the tongue muscles and glands prevents the tongue from closing the air gap where fresh air circulation takes place. The implant is placed under local anesthesia

so that it is not felt by the user, which makes this device problem-free (h). The manufacturer will publish the results obtained from the implantation of the device within this year (i).

Sabah dated August 28th: "THREE OTHER PLANETS DISCOVERED (a)" [No image]: Astronomers have discovered 3 other planets, which are at nearly the same size as the Earth and 12 light years away. According to the news on the Science Alert (c) website, researchers have discovered three rocky other-planets, which are 1.4 to 1.8 times more than the Earth's mass, using a 3.6-meter telescope (d) located at the European Southern Observatory (ESO) in La Silla, Chile. It has been stated in the research that these other planets, which are 12 light years away from Earth and located on the orbit of a lightweight dwarf star, complete their rotation in 3 to 13 days' time (h).

Posta dated September 11st "HYDROGEL SLOWING CANCER FROM A TURKISH DOCTOR (A)" Image is available (g). Dr. Rahmi Öklü (ff), working in the famous Mayo Clinic medical center in the United States, has developed a cancer treatment that stops the growth of the tumor. Accordingly, hydrogel injected in the vessels reduces blood flow that feeds cancerous tumors (d, e). The study has been published in a scientific journal named *Advanced Materials* (c)... The method developed by Öklü is expected to have a Golden Standard (i).

3.4. Findings of the fourth subproblem: "What is the level of socio-scientific issues in the science and technology news of the newspapers in the research sample?"

Table 4. Socio-scientific content of science and technology news in newspapers.

Component	Radioactive water in Pacific (September 11th, Hürriyet)	Plastic Age (September 7th, Posta)	Water found in Super World (September 13th, Sabah)	Paralysis risk of one-way diet (September 6th, Posta)	Hope for Stem Cell (September 11th, Posta)
Sciences content	Chemistry, Geology	Chemistry, Technology	Physics, Technology	Biology, Chemistry	Biology, Chemistry, Technology
Characteristics of scientific evidence	The information everybody knows is misleading and science is used in an incorrect way.	Well-known and scientific content is generally presented in a true way. It is difficult to judge.	There is no agreement.	It is difficult to judge.	Well-known and scientific content is generally presented in a true way. It is difficult to judge.
Social content	Media literacy, Economy, Morality	Social life Economy Media literacy	Social life Economy	Social life Economy	Social life Economy Politics Morality
Use of scientific knowledge	Decision-making	Investigation and explanation	Decision making Cost-benefit Risk assessment Review the information Critical thinking	Take action for a change	Decision-making
Conflict level	Individual Social	Individual Social	Individual Social Structural	Individual Social	Individual Social Structural

Table 4 shows the coverage level of the socio-scientific issues in the science and technology news of the newspapers. The included contents were evaluated through the content analysis with which they are related (Ekborg, Ideland & Malmberg, 2009). The news investigated and examined included radioactive water in Pacific (September 11th, Hürriyet), plastic age (September 7th, Posta), water found in the super world (13rd September, Sabah), risk of paralysis in one-way diet (September 6th, Posta), and stem cell

hope (September 11th, Posta). In this news, the contents of the science articles were generally dominated by the fields of chemistry and technology. As for the scientific evidence, it is clear that the contents were presented appropriately or scientifically, but they were difficult to judge. Social content generally includes social life and economy. The use of scientific information in the news appeals to the decision-making and explanation skills of the reader. Thus, the conflict level of the news is explained individually and socially.

Discussion and Conclusions

The presentation of science and technology in the media gives information about the events in that society and reflects society's view of science and technology. In this study, how often and in what way the fields of science and technology are included in the daily printed newspapers published in Turkey was examined, and it was found that there was little space for science and technology news in the newspapers. On the other hand, it was observed that news, such as politics, magazines, and sports, is given a lot of space in the newspapers. There was no science and technology news given on the first pages. Science news was often found on the internal pages of newspapers in small columns. On the other hand, there was more political news in the headlines and in the middle sections of the newspapers. It was observed that the magazine news appeared on the second or third pages. Öztekin and Şahin (2020) revealed that science in Turkey is not newsworthy in terms of print media. They stated that newspapers are weak in terms of science journalism, not only in terms of quantity, but also in terms of quality. These findings seem to coincide with the research findings. It was stated that the development of science and technology is due to a better understanding of these fields by societies (Felt & Davies, 2020). However, it is obvious that they are not reflected enough in the press. For this reason, there should be some pages in the newspapers that are especially in the name of "science and technology".

Considering the dates examined, it was seen that the total daily number of science news articles was the highest in Hürriyet and the lowest in Sabah. On some days, there were no science and technology news articles in the newspapers. The total number of technology news articles was the highest in Sabah and the lowest in Posta. The reason why there were a lot of technology news articles in Sabah was that there was a separate page that specifically for technology news on some days. For this reason, the creation of some pages in the name of science and technology in the newspapers helps science communication to better understand science and technology and this derives more attention from the public. Among the most important reasons for Nelkin's (2004, 16-17) science journalism not being in the place it deserves are the competition between institutions and organizations that are news sources, the priority of other fields in the choice of the reader's news reading, and the confusion between reality and fantasy.

If society can understand the news of the day about science, such as genetic engineering, and it is taken into consideration and processed in a meaningful context, then we can attain scientifically literacy (Jarman and McClune, 2007, p. 5). When science news in the newspapers was examined, it became clear that the news published includes human biology/health, environment/ecology/pollution, astronomy/space sciences, energy sources and transfer, plants/animals, genetics, physical processes, and Turkish scientists. It was seen that the news published specifically focused on humans, biology, and health. Pellechia (1997) described health as a part of science news, which is why he focused on studying news about health-related areas, such as new drugs, surgical procedures, and diseases, as well as health, nutrition, and fitness. Journalists are seen as a problem with regard to the lack of sufficient information flow about news sources, especially in the

production of the environment, health, and science journalism, which is the subject of the region they are in (Becerikli, 2013). The obtained data and discussions suggest that studies on science and technology education should be included in their reports. The reason for this is that when the news is about health, useful plants, medicines, and health problems, it might be of more interest to society. It was seen that environmental problems concerning all of whole society were at the center. The results of this research were similar to that of Kavak, Tufan, and Demirelli (2006); the news about science and technology especially includes the side effects of science and technology on the environment. It was observed that Turkish scientists, although in small number, have been included in the news. It is thought that this is an important step in strengthening the nature of science and the image of scientists. It is important to include such news more often and it emphasizes that Turkey is involved in culturally scientific literacy studies.

When news articles about technology are used correctly and analyzed correctly, it was seen that they were effective tools in teaching the nature of technology or in raising awareness about the nature of technology (Aydın & Karaçam, 2015). When technology news was analyzed, it was observed that there was news about mobile phone technologies, computer news, car technologies, defense industry, robots, health technology, internet, transportation, space technologies, and educational technologies. In technology news, social media content that surrounds our daily lives was more prevalent. For this reason, it was seen that mobile phone and computer news were given more space. The other result was the use of national weapons and products in the defense industry. Technology news should enable people to recognize technology, and understand and question the nature of technology. However, when the news was examined, it was understood that it was shown as a tool for technology consumption.

The percentages of the contents of the scientific news, the titles of the news, the reportability, the source, the scientific content, the scientific accuracy, the scientists, the drawings, the balance and the bias, and the editor's comment are all given. Rather than the content, the interesting aspects of science were emphasized. It was seen that there was no reference in some of the news. However, when presenting scientific contents, providing a reference was important for the validity of the news. This makes it difficult to distinguish the most accurate and reliable among the reader's constantly growing knowledge (Sevgi & Şahin, 2017). It was observed that while the scientific content was impartially presented, there was no assumption made about the previous knowledge of the reader and it was insufficient to explain the scientific background of the story. In some of the news, it was clear that the scientists were included, and they were generally depicted as those with gowns and wearing glasses. Socio-scientific issues are of great importance in science literacy, sustainable development, and citizenship. Socio-scientific issues represent social dilemmas with different perspectives, complex and controversial structures, and multiple solutions, based on the application of scientific principles (Sadler and Fowler, 2006).

It was found that the scientific news published in the newspapers did not give enough attention to socio-scientific issues. In this news, it was seen that the contents of the science articles were generally dominated by chemistry and technology. As for the scientific evidence, the contents were presented correctly or scientifically, but it was difficult to make a judgment of them. Social content was generally seen to be based on social life and the economy. It was seen that the use of scientific information in the news appealed to the decision-making and explanation skills of the reader. It was seen that the conflict level of the news was explained individually and socially. Socio-scientific topics should be included in the curriculum and students should be given the opportunity to discuss these issues. Students' ability to make a decision on sociological issues is closely related to their knowledge of how to use scientific evidence and to deal with the process

of participating in a discussion. (Maloney and Simon, 2006). Accordingly, as Ratcliffe and Grace (2003) suggested, it is appropriate to think that presenting sociological issues may be important in terms of both the students and the whole society. It is not easy for individuals to make any decision on such issues. Media tools should present the contents very carefully. As Dawson and Venville stated (2009, p.1422), one should take into consideration all of the criteria and the positive and negative aspects of a situation while making a decision. However, presenting socio-scientific issues with a negative perspective in newspapers will cause readers to have some negative attitudes about science. In science communication, newspapers appear to be effective in focusing on science and science literacy and they provide citizens with the information they need to make decisions in their daily lives (Kahan, 2014; DeBoer, 2000). On the other hand, it is obvious that the information in the news should be satisfying in terms of quantity and accuracy. The aim is to focus on the idea of a broad palette of information in which scientists and non-scientists have equal input, to follow the processes behind science, to involve the multi-stakeholder perspective, and to engage the audience in pluralistic discussions. Scientific and technological advances in our age and their results affect society closely. The media has a great role in delivering scientific and technical advances to the masses. An important function of newspapers is to ensure that scientific events and news are conveyed to the society correctly, without distorting them. Journalism should contribute to the scientific thinking of society and an understanding of the nature of technology. For this reason, it is important for students and teachers to gain awareness about socio-scientific issues in society by connecting with daily life, and make a final decision by correctly understanding, interpreting, and evaluating different perspectives of media tools (newspaper, magazine, internet, etc.) which are indispensable elements of our daily lives. (Öztürk, & Erabdan, 2018).

Our lifestyles, business lives, family lives, and in short, almost every area of our social lives is being reshaped with the positive or negative effect of science and technology. Societies need science communication and science journalists more than ever. This is because science is disconnected with society due to its complex structure, which cannot be understood by people on the street. From this point of view, a science journalist performs the duty of bridging the gap between the scientific world and the public (Utma, 2017). In this respect, it is recommended that academicians and science journalists work together for the effective development of science communication. In line with the results of the research, it is suggested that researchers should investigate the contents of the description of scientific news in developed and undeveloped countries. Similarly, in the literature, it was emphasized that the presence of news related to science in newspapers attracts the attention of the students, and also brings newspapers into the classroom, which will facilitate the connection between science and daily life (Shibley, 2003). It may be suggested that newspapers should conduct studies for the use of science and technology in teaching environments.

REFERENCES

- AIKENHEAD, G. (2006). *Science education for everyday life: Evidence-based practice*. New York: Teachers College Press.
- AYDIN, F., & KARAÇAM, S. (2015). Using of newspapers' news on development of pre-service teachers' views on the nature of technology, *Journal of Educational Sciences*, 41, 1-17.

AYHAN, B., BALOĞLU, A., & LİVBERBER, T. (2018). Bilim ve teknoloji haberlerinin dijital medyada sunumu. 7. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi, Bakü.

BABAİİ, E., ATAİ, M. R., & SAİDİ, M. (2017). Are scientists objective? An investigation of appraisal resources in English popular science articles. *Iranian Journal of Language Teaching Research*, 5(1), 1-19.

BECERİKLİ, S. (2013). Kuşaklararası iletişim farklılığı: Bilim teknoloji ve yenilik haberleri üzerinden bir odak grup çalışması. *Selçuk İletişim*, 8(1), 5-18.

BROSSARD, D., & SCHEUFELE, D. A. (2013). Science, new media, and the public. *Science*, 339(6115), 40-41.

BUBELA, T., NİSBET, M. C., BORCHELT, R., BRUNGER, F., CRİTCHLEY, C., EİNSIEDEL, E., ... & CAULFIELD, T. (2009). Science communication reconsidered. *Nature biotechnology*, 27(6), 514-518.

BRUİN, W. B., & BOSTROM, A. (2013). Assessing what to address in science communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(Supplement 3), 14062-14068.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., ÇAKMAK, E. K., AKGÜN, Ö. E., KARADENİZ, Ş., & DEMİREL, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri [Scientific Research Methods]*. Ankara: Pegem Akademi.

DAWSON, V., & VENVILLE, G. J. (2009). High-school students' informal reasoning and argumentation about biotechnology: An indicator of scientific literacy?. *International Journal of Science Education*, 31(11), 1421-1445.

DEBOER, G. E. (2000). Scientific literacy: Another look at its historical and contemporary meanings and its relationship to science education reform. *Journal of Research in Science Teaching*, 37, 582-601.

DURŞUN, O. (2018). Bilim gazeteciliğinde popülaritenin ve pozitif bilimlerin hegemonyası. *İletişim*, 29, 83-114.

EKBORG, M., IDELAND, M., & MALMBERG, C. (2009). Science for life—a conceptual framework for construction and analysis of socio-scientific cases. *Nordic Studies in Science Education*, 5(1), 35-46.

ELLIOT, P. (2006). Reviewing newspaper articles as a technique for enhancing the scientific literacy of student-teachers. *International Journal of Science Education*, 28(11), 1245-1265.

ELMALI, Ş. (2021). Sosyobilimsel konuların medyada yer alma düzeyi: "Bilim ve Teknik" dergisi. *Uluslararası Alan Eğitimi Dergisi*, 7(1), 98-111.

ERDOĞAN, İ. (2007). *Türkiye'de gazetecilik ve bilim iletişimi yapısal özellikler sorunlar ve çözüm önerileri [Structural features of journalism and science communication problems and solutions in Turkey]*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi: Ankara.

FELT, U., & DAVIES, S. R. (2020). *Exploring science communication: A science and technology studies approach*. SAGE.

GIRGIN, A. (1998). *Haber Yazma Teknikleri (Haberci Adayının El Kitabı)[News Writing Techniques (Journalist Candidate's Handbook)]*. İnkilap Yayınevi.

GLESNE, C. (2016). *Becoming qualitative researchers: An introduction*. Pearson.

JARMAN, R., & MCCLUNE, B. (2007). *Developing scientific literacy: Using news media in the classroom: Using news media in the classroom*. McGraw-Hill Education (UK).

JENSEN, B. B., & SCHNACK, K. (1997). The action competence approach in environmental education. *Environmental education research*, 3(2), 163-178.

JUCAN, M. S., & JUCAN, C. N. (2014). The power of science communication. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 149, 461-466.

KAHAN, D. M. (2014). Defining Science Journalism. *WFSJ Final Detailed Report*. 1st Kavli Symposium on the Future of Science Journalism on 17th-19th February 2014.

Published on April 10, 2014 by D. Chalaud, Exec. Director, WFSJ, and J. Cohen, Director of Communications & Public Outreach.

KAVAK, N., TUFAN, Y., & DEMIRELLI, H. (2006). Science and technology literacy and informal science education: Potential role of newspapers. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty*, 26(3), 17-28.

KILIÇ, O., & ÖVÜR, A. (2019). Türkiye'de dijital gazeteciliğe geçiş: Habertürk gazetesi örneği. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(2), 119-126.

KOLOĞLU, O. (1997). *Halka doğru bilim*. İstanbul: Türk Bilim Tarihi Kurumu Yayınları.

MACNAMARA, J. R. (2005). Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific public relations journal*, 6(1), 1-34.

MALONEY, J., & SIMON, S. (2006). Mapping children's discussions of evidence in science to assess collaboration and argumentation. *International Journal of Science Education*, 28(15), 1817-1841.

MANNING, M. (2001). Teaching reading and writing using newspapers in class. *Teaching Pre K 8*, 32(2), 93-95.

MAXWELL, J. (1992). Understanding and validity in qualitative research. *Harvard educational review*, 62(3), 279-301.

MILES, M. & HUBERMAN, M. A. (1994). *Qualitative data analysis*. Thousand oaks. CA: Sage Publications.

MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION (2005) [MoNE], Science Education Curriculum. Ankara, Turkey.

MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION (2008) [MoNE], Science Education Curriculum. Ankara, Turkey.

NELKIN, D. (1994). *Bilim Nasıl Satılır*. Çev. M. Çiftkaya, İstanbul: Şule Yayınları.

NORRIS, S. P., PHILLIPS, L. M., & KORPAN, C. A. (2003). University students' interpretation of media reports of science and its relationship to background knowledge, interest, and reading difficulty. *Public Understanding of Science*, 12(2), 123-145.

NUNN, C. Z. (1979). Readership and coverage of science and technology in newspapers. *Journalism Quarterly*, 59, 27-30.

ÖZKAN, Ö. (2018). İnternet haber medyasında bilim haberlerinin sunumu: Mars gezegeni örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 4(1), 283-303.

ÖZTEKİN, H. & ŞAHİN, M. (2020). Medyanın bilimle imtihanı: Türkiye'de gazetelerde yer alan bilim haberleri üzerine bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 178-197.

ÖZTÜRK, N., & ERABDAN, H. (2018). Fen bilgisi öğretmen adaylarının gazetelerde yer alan sosyo-bilimsel konulara yönelik farkındalıklarının incelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 8(4), 319-336.

PATTON, M. Q. (2002). Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283.

PELLECHIA, M. G. (1997). Trends in science coverage: A content analysis of three us newspapers. *Public Understanding of Science*, 6, 49 – 68.

PERETTI-WATEL, P., LARSON, H. J., WARD, J. K., SCHULZ, W. S., & VERGER, P. (2015). Vaccine hesitancy: Clarifying a theoretical framework for an ambiguous notion. *PLoS Curr*, 7, ecurrents.outbreaks.6844c80ff9f5b273f34c91f71b7fc28

RATCLIFFE, M., & GRACE, M. (2003). *Science education for citizenship: Teaching socio-scientific issues*. McGraw-Hill Education (UK).

NOWOTNY, H., SCOTT, P. B., & GIBBONS, M. T. (2013). *Re-thinking science: Knowledge and the public in an age of uncertainty*. John Wiley & Sons.

SADLER, T. D., & FOWLER, S. R. (2006). A threshold model of content knowledge transfer for socioscientific argumentation. *Science Education*, 90(6), 986-1004.

SALZMANN A, GURIBYE F, GYNNILD A. (2021). Adopting a mojo mindset: Training newspaper reporters in mobile journalism. *Journalism*. doi:10.1177/1464884921996284

SARAY, G. (2018). *Science journalism in Turkey: Analysis of nuclear energy news reporting of the press between 1945 and 2016*, (Unpublished Doctoral Thesis). Gazi University, Ankara.

SEVGI, Y., & ŞAHİN, F. (2017). The effects of discussion the socio-scientific subject in the newspaper based on argumentation 7th grades students' critical thinking. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 156-170.

SEYHAN, S. & TEMİZTÜRK H. (2014). Gazetelerde kültür, sanat ve edebiyat sayfaları/yazıları üzerine. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume*, 9(3), 1277-1288.

SHIBLEY, I. A. (2003). Using newspapers to examine the nature of science. *Science & Education*, 12(7), 691-702.

UTMA, S. (2017). Scientific literacy: Science communication and reading the mediated science news right. *The Journal of International Social Research*, 50(10). 788-799.

VOGLER, D. & SCHÄFER, M. S. (2020). Growing influence of university PR on science news coverage? A longitudinal automated content analysis of university media releases and newspaper coverage in Switzerland, 2003–2017. *International Journal of Communication*, 14, 22.

ZEIDLER, D. L., SADLER, T. D., SIMMONS, M. L., & HOWES, E. V. (2005). Beyond STS: A research-based framework for socioscientific issues education. *Science education*, 89(3), 357-377.

Özet

Günümüzde gelişen iletişim araçları ve teknoloji sayesinde birey istediği zaman istediği bilgiye ulaşabilir durumdadır. Kitle iletişim araçlarından gazeteler, ülkelerin kültür, ekonomi ve siyasal hayatıyla ilgili aktarmada önemli araçlardır. Bu araçlar, ilgili bilgilerin toplanması, bunların değerlendirilmesi, kuramsal yapıları bunların bütünleştirilmesi ve böylece kuramsal açıklamalarla bu kurumların belli koşullardaki doğasının anlaşılması akademik bağlamda oldukça önemlidir. Son 20 yılda, Türkiye bilim iletişimi faaliyetlerinde önemli bir büyüme göstermekle beraber halen bilimi iletme, yaygınlaştırmak için birçok kanal kullanılmaktadır. Bu kanallardan en yaygın olanları bilimsel dergiler, popüler bilim dergileri, bilim müzeleri, gazeteler, televizyon programları örnek verilebilir. Kitle iletişim araçlarından bir olan gazeteler ucuz ve kolay ulaşılabilir olması nedeniyle günlük hayatta siyasi, magazin, spor, bilim ve teknoloji vb. haberlere ulaşmada önemli bir araç olarak tercih edilmektedir. Gazetelerde bilim ve teknolojik haber içeriklerin incelenmesi, bu haberlerin sosyo-bilimsel açısından içerik analizinin yapılması bu araştırmanın amacı olarak görülmektedir. Bu amaç kapsamında nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Medya içerik analizi, bir araştırma metodolojisi olan içerik analizinin özel bir alt alanıdır (Macnamara, 2005). İçerik analizini, metin veya metinlerdeki belirli kelime veya kavramların varlığını belirlemek için belgenin kurallara dayalı kodlama ile kategorilere ayrıldığı sistematik bir teknik olarak tanımlarlar (Büyükoztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012). Araştırmada Türkiye'de yayımlanan Hürriyet, Sabah ve Posta gazetelerinde yer alan bilim ve teknoloji haberlerinin temsili analiz edilmiştir. Gazetelerin 28 Ağustos- 21 Eylül 2019

tarihleri arasında yayınlanan tüm kopyaları incelenmiştir. Bu kapsamda 69 sayı incelenmiş ve 304 bilim ve teknoloji haberi tespit edilmiştir.

Türkiye’de yayınlanan günlük basılı gazetelerdeki bilim ve teknolojinin ne kadar ve nasıl yer aldığı incelenen bu çalışmada, bilim ve teknoloji haberlerine diğer haberlere göre az yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşın gazetelerde politika, magazin, spor gibi haberlere daha çok yer verildiği görülmüştür. Bilim haberlerinin genellikle küçük alanlarda gazetelerin arka sayfalarında yer aldığı görülmüştür. Buna karşın siyaset haberlerinin manşetlerde, gazetenin orta bölümünde daha çok yer kapladığı görülmüştür.

İncelenen tarihler arasında günlük olarak bilim haberlerinin en fazla Hürriyet gazetesinde, en az haber ise Sabah gazetesinde yer aldığı görülmektedir. Bazı günler ise hiçbir bilim ve teknoloji haberine rastlanmamıştır. Teknoloji haberleri incelendiğinde cep telefonu teknolojileri, bilgisayar haberleri, araba teknolojileri, savunma sanayi, robotlar, sağlık teknolojisi, internet, ulaşım, uzay teknolojileri ve eğitim teknolojileri ile ilgili haberlerin olduğu görülmüştür. En çok teknoloji haberinin Sabah gazetesinde, en az teknoloji haberinin Posta gazetesinde yer aldığı görülmektedir. Sabah gazetesinde teknoloji haberlerinin fazla olmasının nedeni haftanın bazı günleri teknoloji haberlerini içeren özel bir sayfanın yer almasıdır. Bu nedenle gazetelerde bilim ve teknoloji adı altında sayfalar oluşturulmasının bilim ve teknolojinin daha iyi anlaşılmasına ve daha çok dikkat çekeceği düşünülmektedir. Teknolojiyle ilgili haberler doğru kullanıldığında, teknolojinin doğasını öğretmede veya teknolojinin doğası hakkında farkındalık yaratmada etkili araçlar oldukları görülmektedir.

Bilimsel haberlerin içeriklerinde haber başlık, haber verilebilirlik, kaynak, bilimsel içerik, bilimsel doğruluk, bilim insanları, çizimler, denge/önyargı ve editörün yorumlarının yer aldığı görülmektedir. Bilimsel içeriklere yer vermekten çok ilgi çekici yanlarına vurgu yapılmaktadır. Haberlerin bir bölümünde kaynak gösterilmediği görülmektedir. Oysa bilimsel içerikler sunulurken bilimin kaynağı haberin güvenilirliği için önemli bir göstergedir.

Bilim okuryazarlığı, sürdürülebilir gelişim ve toplumda sosyo-bilimsel konuların anlaşılması büyük bir öneme sahiptir. Sosyo-bilimsel konular bilimsel ilkelerin uygulamalarına dayanarak karmaşık ve tartışmalı, birden fazla çözümü olan, farklı bakış açılarını içeren sosyal ikilemleri temsil eder. Gazetelerde yer alan bilimsel haberlerde sosyo-bilimsel konulara yeteri kadar yer verilmediği görülmüştür. Bu haberlerde sosyo-bilimsel içeriklerin genellikle kimya- teknoloji ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Medyanın, bilimsel ve teknik ilerlemelerin kitlelere ulaştırılmasında büyük rolü vardır. Gazetelerin önemli bir işlevi, bilimsel olayların ve haberlerin çarpıtılmadan topluma doğru bir şekilde aktarılmasını sağlamaktır. Gazetecilik, toplumun bilimsel anlayışın gelişimine ve teknolojinin doğası anlayışına katkıda bulunmalıdır. Yaşam tarzımız, iş hayatımız, aile hayatımız kısacası sosyal hayatımızın hemen her alanında bilim ve teknolojinin olumlu ya da olumsuz etkisi ile yeniden şekillenmektedir. Çünkü bilim, toplumdaki her sosyo-ekonomik kademedeki anlaşılabilir karmaşık yapıyı nedeniyle kopukluk yaşamaktadır. Bu açıdan bilim iletişimcileri, bilim dünyası ile halk arasında köprü görevi görmektedir. Bu bağlamda bilim iletişiminin etkin bir şekilde kullanımı için bilim iletişimcilerinin ve bilim-teknoloji yazarlarının birlikte çalışmaları önerilmektedir.

Araştırma sonuçları doğrultusunda araştırmacılara gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerde bilimsel-teknoloji haberlerinin tasvirinin nasıl yapıldığına ilişkin içeriklerin araştırması önerilebilir. Literatürde de benzer biçimde gazetelerde yer alan bilim ile ilgili haberlerin varlığı öğrencinin ilgisini çekmekte ve gazetelerin sınıf ortamına getirilmesi ve kullanılmasının bilim ile günlük yaşam arasında bir bağ kurabilme anlamında kolaylık sağlayacağı vurgusu yapılabilir. Gazetelerin bilimin ve teknolojinin doğasının öğretiminde kullanılmasına yönelik araştırmalar yapması önerilebilir.

Covid-19 Salgınının Konut Tercihleri Üzerindeki Etkisi: İzmir İli Örneği

Aslı DİYADİN LENGER*

Öz

Covid-19 salgını tüm dünyada, bir yılı aşkın bir süredir ekonomi, eğitim, sosyal yaşam ve çalışma hayatı gibi birçok alanda etkisini göstermektedir. Covid-19 salgınının etkisiyle bireylerin tüketim alışkanlıkları ve tercihlerinde belirgin değişiklikler yaşanmıştır. Temizlik ürünlerinin tüketimi artmış, maske zorunlu bir ihtiyaç haline gelmiş, hayat tarzında değişikliğe gidilmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, Covid-19 salgınının tüketicilerin konut tercihleri üzerinde bir etkisi olup olmadığını anlamaktır. Çalışmada, dünyaca tanınan ve zincir olan bir konut danışmanlık firmasının İzmir ilinde faaliyet gösteren, bir ofisi (20 emlak danışmanı) ile görüşülmüş ve derinlemesine mülakat yöntemiyle veri toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda, son bir yılda tüketicilerin konut tercihleri üzerinde keskin bir değişim olduğu ortaya çıkmıştır. Müstakil evlere doğru kayan talep ile birlikte, konut alımlarında nakit ödeme yöntemi tercihinin arttığı sonucu ortaya çıkmıştır. Artan talebin etkisiyle, fiyatlar yükselmiş ve yetersiz alan sebebiyle, yerleşim merkezden uzağa doğru kaymıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Küresel Salgın, Salgın, Tüketici Tercihleri, Tüketici Davranışları

The Effect of Covid-19 Pandemic on Real Estate Preferences: The Case of Izmir

Abstract

A global pandemic has been effective in many areas such as the economy, social life, education, and working life in the whole world for more than a year. Consumption habits of consumers change dramatically due to the pandemic. For instance, the consumption of cleaning products has increased, or wearing masks has been an obligation. As a result, the lifestyle of people has significantly changed. This paper aims to understand how Covid-19 pandemic affects consumers' preferences for real estate. The data was obtained via in-depth interviews with twenty real estate consultants working in a company that is a part of a global chain. As a result, in the last year, consumer real estate preferences have changed sharply and the demand has changed towards free-standing houses. It has emerged as a result of the increase in the preference of cash payment methods in real estate purchases. With the effect of increasing demand, prices have boosted and due to insufficient space, the settlement has shifted away from the center.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 08.07.2021

Kabul/Accepted: 10.03.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.962053>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF, İşletme Bölümü, İstanbul, Türkiye.

E-posta: adiyadin@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0446-4059>

Keywords: Covid-19, Epidemic, Global Pandemic, Consumer Preferences, Consumer Behaviour

Giriş

Bilindiği gibi, Kasım 2019'da Çin'in Wuhan kentinden yayılan Covid-19 virüsünün yol açtığı küresel salgın Dünya Ekonomisi üzerinde derin etkiler bırakmıştır. Bazı sektörler, salgının etkisiyle birlikte bir talep canlanması ile karşı karşıya kalırken; bazı sektörlerde talep daralması ciddi boyutlara ulaşmıştır. Örneğin, elektronik ticaret, taşımacılık (Izzah, vd.,2021; Dones ve Young, 2020) gibi sektörlerin talebi hızla artmış, otel (Bakar, ve Rosbi, 2020), lokanta, eğlence hizmetleri gibi sektörlerin talebi neredeyse sifıra düşmüştür. Bazı sektörlerin talebi ve üretiminde ciddi bir artış olmasa bile, bu sektörün tüketici davranışlarında değişiklikler gözlenmiştir. Konut sektörünün bu açıdan bir örnek oluşturduğu düşünülmektedir. Bu çalışma, salgının toplumdaki yalıtılmış biçimde yaşamayı gerekli kılması nedeniyle, bireylerin toplu biçimde yaşadıkları binalar yerine, taleplerini müstakil ev ve villalara yönelttiklerini savını sınamaktadır.

Birçok sektör üzerinde belirgin bir etkisi bulunan Covid-19 salgınının, tüketicilerin konut tercihlerini ne yönde değiştirdiği şeklinde kurgulanan araştırma sorusuna yanıt aranmıştır. Yapılan literatür araştırması ışığında, konut sektörü ve Covid-19 ilişkisini inceleyen çalışmalar (Ling, vd., 2020; Hoesli ve Malle, 2021; Del Giudice, vd., 2020; Marona ve Tomal, 2020; Tanrıvermiş, 2020), tüketicilerin konut tercihlerinin nasıl değiştiği üzerine odaklanmamaktadır. Bu bağlamda, çalışma orijinal niteliktedir.

Yapılan çalışmada veri toplama yöntemi olarak nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan derinlemesine mülakat yöntemi uygulanmıştır. Emlak sektörüne ilişkin en iyi veri kaynağının emlak danışmanları olduğu düşünüldüğü için, görüşmeler uluslararası bir zincir konut firmasının bir ofisi ile gerçekleştirilmiştir. Bu ofiste farklı bölgelerde çalışan yirmi emlak danışmanı bulunmaktadır. Piyasada gözlenen değişiklikleri daha belirginleştirmek ve örneklem sayısının az olması sebebiyle derinlemesine mülakat yöntemi, veri toplama yöntemi olarak seçilmiştir. Bu çalışma sonucunda elde edilen bilgiler, konut alanında faaliyet gösteren işletmelerin, değişen tüketici tercihleri doğrultusunda gelecekte nasıl bir yapılanmaya gitmeleri gerektiği konusunda dikkat çekmektedir.

Kuramsal Çerçeve

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve 13 Ocak 2020 yılında tanımlanmış bir virüs olan (Sağlık Bakanlığı; 2021) Covid-19 kısa sürede dünyanın diğer ülkelerine de yayılmıştır. Virüsün neden olduğu salgın tüm dünyada büyük bir yankı uyandırmıştır (Eger, vd.; 2021). Mayıs, 2021 itibarıyla toplam onaylanmış vaka sayısı 101.296.70 (milyon kişide), toplam ölüm sayısı ise 1.817.47 (milyon kişide)'dir (Our World in Data, 2021). Yayılma hızı ve ölüm oranının bu denli yoğun ve kapsamlı olması sebebiyle toplumlarda çeşitli önlemler alınmış ve "yeni normal" (Gagnon, vd., 2021) adı verilen bir dünya düzenine geçilmiştir. Yeni normal ile, tüketici davranışları (Zwanka ve Buff, 2021) ve buna bağlı olarak tüketim alışkanlıkları (Baker, vd., 2020) değişmiş ve bu değişim, çevresel sorumluluk ve sürdürülebilirlik ile ilgili duyarlılığı arttırmıştır (Severo, vd., 2021). Belirsizlik, ihtiyatlılığı beraberinde getirmiştir (Orındaru, vd., 2021). Benzin tüketimi, (Güngör, vd., 2021), gıda tüketimi (Ruíz-Roso, vd., 2020), enerji tüketimi (Mokhtari ve Jahangir, 2021) gibi alanlarda tüketici davranışları önemli ölçüde değişmiştir. Sağlık ve ekonomi kaynaklı korkuların tüketici davranışları üzerinde etkisinin olduğu bilinmektedir (Eger, vd.; 2021) ve bu duruma bağlı olarak, salgın tüketici

davranışları üzerinde etkili olmaktadır (Sheth, 2020). Çünkü salgın, insanların günlük davranışlarında değişime gitmelerine sebep olmuştur (Zhang; vd. 2021). Örneğin, tüketiciler mesafe konusunda daha da bilinçlenmiş ve bu durum işletmelerin yeniden iç tasarımlarını düzenlemelerine sebep olmuştur (Sehgal; vd., 2021).

Salgın döneminde tüketici davranışlarında yaşanan değişim, farklı ürün ve sektörler üzerinde kendini göstermiştir. Salgının, bireylerin hayatları üzerinde psiko-sosyal, ekonomik ve çevresel açılardan farklılık yarattığı gözlemlenmiştir (Alexandra, vd., 2020). Literatürde bu alanda yapılan çalışmalar da, sözü edilen etkileri anlamaya çalışır niteliktedir. Çoğunlukla tıp alanında (Velavan ve Meyer, 2020; Fauci, vd., 2020; Sinha, vd., 2020; Üstün ve Özçiftçi, 2020; Alici, vd., 2020) yapılan çalışmalara ek olarak, psikoloji (Jin, vd., 2021) ve ekonomi (Howard, 2021; Baicu, vd., 2020; Açıkgöz and Günay, 2020) alanında da çalışmalara da ulaşılmaktadır. Ekonomik açıdan bakıldığında, işyerlerinin kapatılması, kapalı kalan iş yerlerinde çalışanların işten çıkarılması, gelirden dalgalanmalardan bahsedilebilmektedir. Çalışmaya devam eden birçok iş yerinde ise, salgın önlemleri kapsamında evden çalışma sistemine geçmiştir. Hem evden çalışma, hem de kapanmalar tüm dünyada insan psikolojisi açısından olumsuz bir durum yaratmıştır. Bununla birlikte, perakende sektöründe ithalat ve ihracat salgından olumsuz yönde etkilenmiştir (Hasanat, 2020). Buna karşılık, zorunlu kapanmanın neticesinde e-ticaret sektöründe büyüme yaşanmıştır (Bhatti, 2020). E-ticaret siteleri bireylerin en önemli alışveriş kaynağı olmuştur.

Salgın sürecinde enerji tüketimi oranında da değişimler görülmüştür. Dünya üzerinde hem kapanma döneminde, hem de yeniden açılma döneminde, enerji tüketiminde artış görülmüştür (García, vd., 2021). Enerji tüketimindeki artışla beraber, buna etkileyen sıcak su tüketimi de artış göstermiştir (Rouleau ve Gosselin, 2021). İnsanların hiç çıkmadan evde kalması, tüm ev eşyalarının aralıksız çalışması, evden çalışma ile bilgisayar kullanımının artması gibi sebepler enerji tüketiminin artmasına neden olmuştur. Bireylerin salgın döneminde, haber alma ihtiyacı artış gösterdiği için medya tüketimi de artış göstermiştir (Casero-Ripollés, 2020). Özellikle, vaka sayıları, aşı haberleri, açılma-kapanma kararlarının takip edilmesi bu ihtiyaçta yaşanan artışı açıklamaktadır. Evlerde, enerji tüketimindeki artışa karşılık, kullanılmayan üniversite binası gibi tesislerde, enerji tüketimi azalmıştır (Mokhtari ve Jahangir, 2021).

Değişen tüketici davranışları gıda tüketimi ve yeme alışkanlıkları üzerinde etkisini göstermiştir (Butu, vd., 2020; Fanelli, 2021; Li, vd., 2021). Restoran ve kafelerin kapanması gıda tüketiminin değişmesinin sebeplerinden biridir. Dışarıda yemek yeme alışkanlığı, evde yemek pişirme alışkanlığına evrilmiş ve buna bağlı olarak temel gıda maddelerinin tüketimi artarken, sağlıklı ve sürdürülebilir gıdalara doğru bir yönelim yaşanmıştır (Borsellino, vd., 2020; Hesham, 2021). Yerel satıcılardan ürün satın alma, taze gıda tüketme eğilimi artış göstermiştir (Orındaru, vd., 2021). Salgın döneminde kendin yap (Do It Yourself-DYI) akımının yükselmesi (Ward, 2020), evde yemek yapmanın artmasına sebep veren bir diğer unsurdur. Dışarıda yemek yeme durumunda ise, hizmet kalitesi ve değer katılmış bir hizmetin sunulması tüketiciler için daha önemli bir hale gelmiştir (Zhang; vd. 2021).

Covid-19'un etkilediği sektörlerden biri de turizm sektörüdür (Acar, 2020). Yaşanan salgının etkisiyle uluslararası düzeyde, seyahat kısıtlamaları uygulanmıştır. Bu uygulamalar, tüm ülkeler için yabancı turist ziyaretlerine kısıtlama getirilmiştir. Bunun yanında, yurt içinde de, birçok konaklama tesisi faaliyetlerine ara vermiş ve sokağa çıkma kısıtlamalarıyla birlikte, yerli turist de tatil alışkanlıklarını değiştirmek zorunda kalmıştır. Buna bağlı olarak, konaklama harcamalarında düşüş yaşanmıştır (Hall, vd.; 2020).

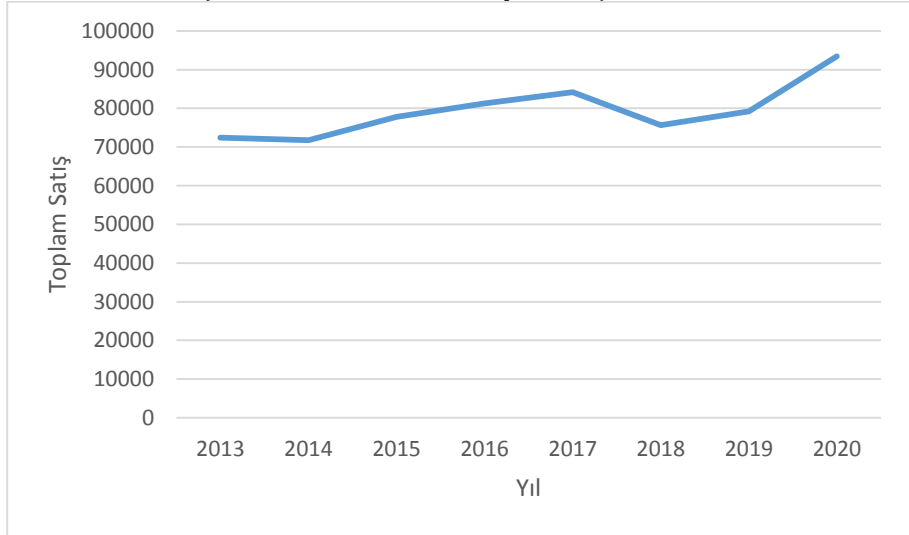
Salgın nedeniyle, insanların evlerinde daha çok vakit geçirmek zorunda olması, yaşanan yerin güzelleştirilmesi veya daha güzel bir yerde yaşamaya isteği ile de ilişkilendirilmiştir. Bu istek zamanla talebe dönüşmüştür. Talebin yansımaları ise,

rakamlarla göz önüne serilmiştir. TÜİK (2021a) raporuna göre, Mayıs ayındaki konut satışları bir önceki yıla göre % 16.2 oranında artış göstermiştir. Bu artışın birden çok faktörden kaynaklandığı göz ardı edilmeksizin, en önemli sebeplerinden birinin salgın olduğu düşünülmektedir. Konaklama harcamalarının düşmesi, restoran ve kafelerin kapanması, evde yemek yapma ve evde geçirilen sürelerin artması gibi sebepler, emlak sektörünün bir süredir devam eden salgından etkilenmesine neden olmuştur. Covid-19'un emlak sektörünü farklı açılardan etkilediğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Özelliklere fiyatlar üzerinde seyreden bir etki gözlemlenmiştir (Ling, vd., 2020; Hoesli ve Malle, 2021; Del Giudice, vd., 2020). Emlak piyasasında dijital teknolojilerin kullanımı artarken, kısa vadeli yerine uzun vadeli kiralama da artış olduğu gözlenmiştir (Marona ve Tomal, 2020). Burada, 360 sanal turlar, drone kullanımı ile evlerin potansiyel alıcılar tarafından evlerinden ziyaret edebilmesi olanağı sağlanmıştır. Salgının emlak piyasalarına etkisi üzerine yapılan çalışmalar bulunsada, henüz gelecek yıllar için tahmin yapmaya yetecek çalışma bulunmamaktadır (Tanrıvermiş, 2020).

İzmir Konut Piyasası

Türkiye'nin üçüncü büyük şehri olan İzmir, son bir yılda konut sektöründe hareketlenmeler yaşamıştır. Yaşanan dalgalanmalarda küresel salgının etkisi yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmakta olup, bu durum istatistiki veriler ile desteklenmektedir. Aşağıda yer alan şekil-1'de, yıllara göre İzmir ilinde yapılan satış miktarlarına yer verilmiştir.

Şekil 1: İzmir Yıllara Göre Toplam Satış Miktarları



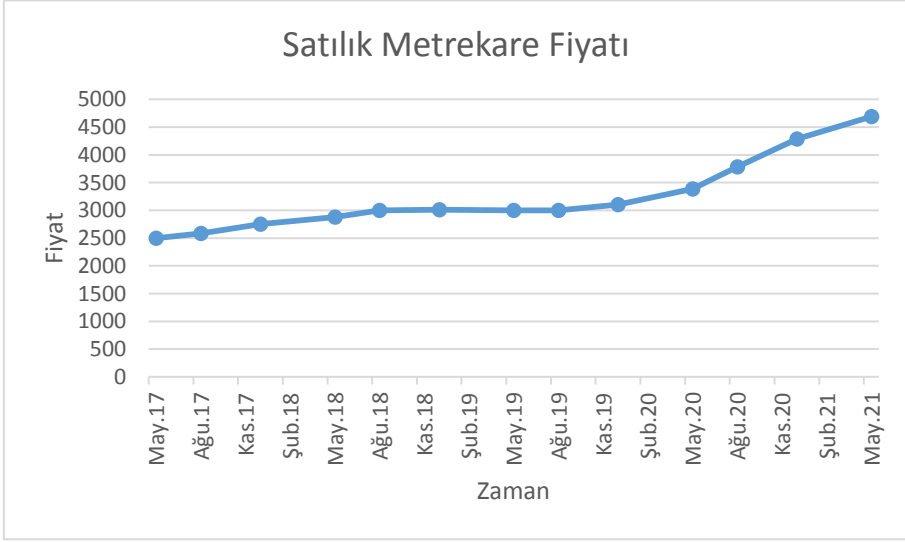
Kaynak: TÜİK (2021b), Konut İstatistikleri

TÜİK, 2021 verileri şekil-1 de yer almaktadır. Bu verilere göre, 2013 yılından, 2020 yılının son ayına kadar yıllık toplam satışlarda dalgalanmalar gözlenmiştir. 2013 yılında, 72.421 olan konut satış miktarı, 2017 yılında 84.181'e yükselmiştir. 2018 yılında ise keskin bir düşüş olduğu görülmektedir. 2018 yılında yapılan satışlar bir önceki yıla

göre 8.512 adet azalmıştır. 2020 yılında ise, 2013 yılından bu yana en yüksek satış rakamı elde edildiği görülmüştür.

Türkiye'nin en büyük konut alım satım platformlarından biri olan sahibinden.com, il bazlı emlak fiyat endeksi bilgisi sunmaktadır. Bu bilgiler, ODTÜ uygulamalı Matematik Enstitüsü İşbirliği ile oluşturulmuş ve istatistiksel modele dayanan tahmini değerlerdir (sahibinden.com; Erişim Tarihi: 25.06.2020). Satılık konutlarda metrekare bazlı fiyatlar şekil-2'de gösterilmektedir:

Şekil 2: Satılık Metrekare Fiyatları



Kaynak: Sahibinden.com, 2021 Emlak İndeksi

Sahibinden.com, Mayıs 2017 itibarıyla veri sunmaktadır. Satılık metrekare fiyatları, 2017-2019 yılları arasında, 2.500 TL-3.103 TL arasında yer almaktadır. Bu yıllar arasında, keskin ivmelenmeler görülmemektedir. 2020 yılı itibarıyla ise, pozitif yönlü bir ivmelenme başlamıştır. 3.013TL metrekare satış fiyatıyla kapanan 2019 yılının ardından, Mayıs 2021'de bu fiyat 4.689TL'ye yükselmiştir. Başka bir emlak analiz web sitesi olan endeksa.com'a göre, Mayıs 2021 tarihinde satılık metrekare konut fiyatı 4.193 TL olarak hesaplanmıştır. Son dört yılda değer değişimi % 79.49 iken, toplam getiri ise son dört yılda %107.18 oranında artış göstermiştir (endeksa.com, Erişim Tarihi: 24.06.2021). Endeksa verileri sahibinden.com verileriyle örtüşmektedir.

Tablo 1: En Çok Değer Kazanan/Metrekare Fiyatı En Çok Artan İlçeler

Sahibinden.com		Hepsiemlak.com	
İlçe	Artış Miktarı (%)	İlçe	Artış Miktarı (%)
Urla	78.31	Urla	70.5
Seferihisar	70.88	Seferihisar	70.4
Foça	70.40	Çeşme	70.1
Çeşme	69.85	Menderes	63.8
Menderes	63.05	Çiğli	55.4

Kaynak: Sahibinden.com, 2021 Emlak İndeksi, Hepsiemlak.com, 2021 Emlak İndeksi

İzmir ilinde arz kısıtı nedeniyle merkezden uzak şehirlere doğru kaymalar yaşanmıştır. Tablo-1 'de yer alan, Mayıs 2021 verileri incelendiğinde, en çok değer kazanan ilçelerin beşinin de şehir merkezine ortalama 1-1.5 saat uzaklıkta ilçeler olduğu dikkat çekmektedir. Bunun yanında, deniz kenarı olan, sahil bölgelerine olan ilginin arttığı görülmektedir. Hepsiemlak.com sitesinden elde edilen veriler incelendiğinde, sahibinden.com' dan elde edilen verilerle benzerlik gösterdiği görülmektedir. Yüzdeler arasında küçük farklılıklar olsa da, Urla, Seferihisar, Çeşme ve Menderes ilçelerinde metrekare fiyatının en fazla artışı gösterdiği görülmektedir.

Tablo 2: En Çok Değer Kaybeden İlçeler

İlçe	Azalış Miktarı (%)
Bayraklı	31.22
Karabağlar	30.75
Balçova	29.18
Tire	28.84
Bayındır	22.27

Kaynak: Sahibinden.com, 2021 Emlak İndeksi

En çok değer kaybeden ilçelerin başında, Bayraklı gelmektedir. İzmir'in merkeze en yakın ilçelerinden biri olan Bayraklı, 2021 Mayıs ayı itibariyle %31.22 değer kaybetmiştir. Karabağlar ve Balçova ilçeleri, Bayraklı' yı takip etmektedir. Bu iki ilçede yine merkeze yakın olan ilçelerdendir. Tire ve Bayındır ise merkezden uzak ilçelerdir. Bu ilçelerde satışlar önceki yıllara göre azalma göstermiştir.

Elde edilen bu veriler İzmir iline ait emlak sektöründe yaşanan son dört yıldaki değişime göstermiştir. Veriler özetlendiğinde, İzmir ilinde konut talebinin genel olarak arttığı ve talepte deniz kenarı ilçelere doğru artan bir ivme olduğu görülmektedir.

Uygulama

Çalışmanın uygulama bölümü için, konut sektöründen en kaliteli veriyi elde edilebilmeye en uygun yöntem seçilmeye özen gösterilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında, nitel bir araştırma yöntemi olan derinlemesine mülakat yöntemi ile veri toplanmıştır. Görüşmede, yarı yapılandırılmış sorular, emlak danışmanlarına dijital kanallar aracılığı yapılan görüşmelerde yönetilmiştir. Covid-19 salgını için tedbirli olunması gerekliliği sebebiyle, görüşmeler dijital ortamda gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler uluslararası bir emlak firmasının İzmir ilinde faaliyet gösteren, bir ofisi (yirmi çalışan bulunmaktadır) ile yapılmıştır. 2020 yılında konut sektöründe en fazla talep artışı yaşanan il İzmir olmuştur (TCMB, 2021). Bu nedenle çalışmanın örnekleme için, İzmir ili seçilmiştir. Ancak, emlak danışmanlarının uluslararası bir ağa bağlı olması, tüm Türkiye ile ilgili de genel bir bilgi alınmasına yardımcı olmuştur. Görüşmede kayıt alınmamış olup, görüşme sürecinde not tutulmuştur. Alınan notlar kullanılmadan önce danışmanların onayına sunulmuştur. Görüşmeler, 2021 Mayıs ayında tamamlanmıştır. Görüşme sürecinde katılımcıları yönlendirmemeye özen gösterilmiş, sorulan sorular genelden özele bir içerik ile hazırlanmıştır. Öncelikle, çalışmanın araştırma sorusu olan "Covid-19 salgınının, tüketicilerin konut tercihleri üzerinde nasıl bir etkisi olduğu" sorusu yönlendirilmiştir. Ardından, sorular tercihleri etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik bir doğrultuda, görüşmecileri yönlendirmeden sorulmaya devam etmiştir.

Yapılan çalışma için bir emlak zincirinin 20 danışanı ile görüşülmüştür. Burada çalışan her bir danışan, ayrı bir emlak ofisi gibi faaliyet göstermektedir. Güncel veri niteliğini kaybetmemek için zaman kısıtı sebebiyle, sınırlı veri toplanabilmiştir. Ayrıca salgın koşulları işletmelere ulaşılmasını zorlaştırmıştır. Ulaşılan örneklem küçük olsa da, keşifsel nitelikte bir analize olanak sağlamıştır. Zincir bir markanın ofisi olan işletme, tüm Türkiye verilerine hakim olduğu için, işletme yöneticisinden elde edilen veriler, İzmir iline ait verileri Türkiye iline ait verilere kıyaslanabilmesi imkanını sağlamıştır. Ayrıca, sonuçlarının güvenilirliğini arttırmak için, çalışmanın istatistikî veriler (TÜİK vb.) ile desteklenmiştir.

Mülakat Soruları ve Yanıtlar

Yapılan çalışma için, emlak danışmanlarına yarı yapılandırılmış mülakat soruları sorulmuştur. Böylece, katılımcılar en az düzeyde yönlendirilmek istenmiştir. Görüşmeler telefon ile yapılmıştır. Görüşme sırasında kayıt alınmamıştır. Yönlendirilen sorulara aşağıdaki yer verilmiştir.

Soru 1: Covid-19 salgınının, tüketicilerin konut tercihleri üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

Soru 2: Covid-19 salgınıyla birlikte alımları ne yönde değişti, artış mı yoksa azalış mı oldu?

Soru3:Artış sadece lüks konut satışlarında mı meydana geldi?

Soru 4: Müstakil evler mi, daireler mi, hangi tür mülk satışlarına yönelim arttı?

Soru 5: Konut satışlarında bir değişim oldu mu?

Soru 6: Kiralama mı satın alma mı daha öne çıktı?

Soru 7: İzmir iline özel bir değişim gözlemlendi mi? Son birkaç yılla kıyaslandığında bu değişimi nasıl değerlendirirsiniz?

Soru 8: Ödeme yöntemi açısından bakıldığında kredi kullanımları mı yoksa nakit alımlar mı arttı?

Soru 9: Müstakil ev talebindeki artışa İzmir ili için nasıl bir arz karşılığı sağlanmaktadır?

Soru 10: Merkez ve merkeze yakın illere mi talep yükseldi yoksa şehir dışına mı?

Soru 11: Tercihini artıran müstakil evler için özellikle talep edilen bir özellik var mıdır? (Deniz manzarası, bahçe, vb.)

Soru 12: Alımlar İzmir ilinde yaşayanlar tarafından mı yapılmaktadır yoksa şehir dışından mı talep yüksektir?

Soru 13: Artan talep fiyatları ne yönde etkilemiştir?

Soru 14: Artan müstakil ev fiyatları talep ve tercihler üzerinde nasıl bir etki yaratmıştır?

Sorulan sorular, sohbet şeklinde ilerleyen bir görüşmede katılımcılara yönlendirilmiştir. Sorulardan elde edilen yanıtlar başlıklar altında sınıflandırılarak aşağıda yer alan faktörler elde edilmiştir. Bu faktörler ile oluşturulan ilişki modelin güvenilirliğini arttırmak amacıyla, TÜİK ve TCMB'den elde edilen veriler kullanılmıştır.

Elde Edilen Faktörler ve İlişkili Bulgular

Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen yanıtlar ile ortak bir çerçeve oluşturulmuş ve salgın sürecinin konut tercihleriyle ilişkili temel faktörler ortaya çıkmıştır. Bu faktörler, Talep, Arz, Fiyat, Tercihler, Mesafe ve Ödeme Şekli olarak sınıflandırılmıştır. Burada tercihler ana faktördür. Tercihlerin nasıl değiştiği bilgisi edinildikten sonra, tercihlerden etkilenen ya da tercihleri etkileyen diğer faktörler elde edilmiştir. Bu faktörler aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Tercihler

Konut satışı ile ilgili tercihlerde önemli ölçüde bir değişiklik yaşanmıştır. Daha önceki yıllarda güvenilirli site ve rezidans tercihleri fazla iken, son bir yılda müstakil villalara doğru önemli bir kayma olmuştur. Site tarzı evlerde camların açılmaması, havalandırma sisteminde yaşanan sorunlar ve karşılaşılacak insan sayısının fazla olması bu evlerin talebini düşürmüştür. İzmir ilinde yaşanan bu tercihin sebeplerinden biri küresel salgın iken, deprem de etkili bir neden olmuştur. Ancak İstanbul ilinde de tercihlerin müstakil evlere doğru değiştiği görülmüştür. Bu bağlamda, bu tercih değişiminde salgının büyük etkisi olduğunu söylemek yanlış olmamaktadır. Değişen bir diğer tercih yeni bir ihtiyaçtan doğmuştur. Evden çalışan bireyler, çalışma odası olarak kullanacakları ilave bir odaya ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple, daha geniş evlere yönelme eğilimi, evden çalışma ile de desteklenmiştir. Tercihlerdeki bir diğer değişim ise, yeni ya da yenilenmiş evlerin tercih edilme oranındaki artıştır. Tadilat ile vakit kaybetmek istememek bu tercihi tetiklemiştir. Tüketici isteklerinden bir diğeri de, kişisel havuz, yürüyüş alanı gibi bireysel yaşam alanlarının bulunması ve mümkünse doğa ve deniz manzarasının olmasıdır.

Talep

Yapılan görüşmeler ışığında elde edilen verilerden biri, konut sektöründe yaşanan talep artışıdır. Bahsedilen bu artış TÜİK rakamları ile de eşleşmektedir. TÜİK (2021a), Mayıs ayı verilerine göre İzmir ilinde konut satışları bir önceki yılın aynı ayına göre, % 5.6 oranında artmıştır. Önceki yıl daha düşük seyreden konut satışlarında salgın dönemiyle birlikte talep patlaması yaşanmıştır. Talebin yapısı incelendiğinde, salgın öncesinde İstanbul ve Ankara'da yaşayan bireylerin İzmir'de konut satın alımlarındaki payı yüksekken, salgın sonrasında İzmir ilinde yaşayan bireylerin konut alım oranları artış göstermiştir. Son bir yılda yapılan satışların yaklaşık olarak %90'ı İzmir ilinde yerleşik olan bireylere yapılmıştır.

Arz

Konut sektöründe arzın kısıtlı olduğu bilinmektedir. Özellikle İzmir ilinde, arsa bulunabilirliği ile ilgili bir sorun olduğu bilgisi elde edilmiştir. Arsa miktarının talebi karşılayacak düzeyde olmaması ve artan bir talebin olması, yüksek fiyatlarda arsa satışını da beraberinde getirmiştir. Bu sebeple, konut fiyatlarında da artış yaşanmıştır. Fiyata yansıyan arz etkeni, aynı şekilde mesafeye de yansımıştır. Bu bağlamda, şehir merkezinden daha uzak konumlarda yapılanmalar artmıştır.

Fiyat

Salgın döneminde talebin artması, fiyatların da önemli ölçüde artmasına sebep olmuştur. Burada, tercihlerin müstakil evlere doğru kayması ile yeterli arazinin ya da evin bulunmamasından kaynaklı arz yetersizliği fiyatlar üzerinde etkili olmuştur. Son bir yılda fiyatlar, % 100'ün üzerinde artış göstermiştir. Konut fiyat endeksi oranlarına bakıldığında, bir önceki yılın Nisan ayına göre nominal olarak % 32, reel olarak ise % 13.0 oranında artış gösterdiği görülmüştür. Aynı tarihli verilere göre en çok artış görülen il % 34,3 ile İzmir olmuştur (TCMB, 2021).

Mesafe

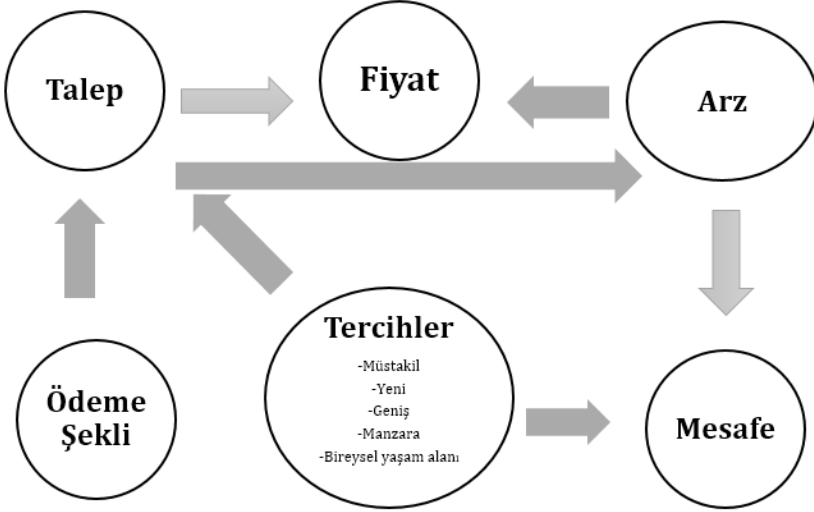
İzmir ilinde yapılan görüşmelerde, önceki yıllarda şehir merkezinde ya da şehir merkezine yakın illerde ikamet etme isteğinin yaygın olduğu öğrenilmiştir. İşyerine yakın evlerde oturmak mümkünse bu ilçe tercih sebebiyken, alışılmış, aileye yakın yerlerde yine tercih sebebi olarak gösterilmektedir. Ancak, salgının etkisiyle, merkeze yakın ilçelerin yanı sıra merkezden uzak ilçelere de talep artmıştır. Burada, arazi yetersizliği nedeniyle, şehir dışına doğru yaşanan genişleme, özellikle Seferihisar bölgesine doğru ilerlemektedir. Yeni evlerin tercih edilmesindeki artış da, burada etkili olmaktadır. Şehre yakın yeni müstakil ev bulunması ile ilgili yaşanan zorluk, merkezden uzağa doğru kaymalara sebep olmuştur.

Ödeme Şekli

Elde edilen sonuçlar ışığında, son bir yılda yapılan satışların ipotekli değil, nakit ödeme ile gerçekleştiği öğrenilmiştir. TÜİK (2021a) verilerine göre, Türkiye genelinde Mayıs ayında ipotekli konut satışları bir önceki yıl Mayıs ayına göre %42,9 azalış göstermiştir. Danışmanlarla yapılan görüşmelerden elde edilen sonuç, TÜİK verileri ile eşleşmektedir. Nakit ödemeye yönelmenin en önemli nedeni, konut kredisi faiz oranlarındaki artıştır. Nakit ödemenin yanında, takas yöntemi de tercih edilen alternatif yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bulgulardan elde edilen faktörler ve birbirleri arasındaki ilişki aşağıdaki modelde gösterilmiştir.

Şekil 3: Faktörler ve İlişkisel Model



Yapılan çalışmadan elde edilen bulgular, öncelikle bireylerin tercihlerinde değişimler olduğunu göstermektedir. Müstakil ev, daha yeni ve geniş evler, deniz-doğa manzarası ve bireysel yaşam alanları çok daha fazla tercih edilir olmuştur. Tercihlerdeki bu yönde kayma pazar yapısında da bir değişime sebep olmuştur. Belirtilen tercihlere uygun evlerin sayıca azlığı fiyatların artmasına sebep olmuştur. Artan fiyatlara rağmen, konut kredisi faizlerinin yüksek olması sebebiyle, nakit ödeme ve takas yöntemiyle ödemeler talebi desteklemiştir. Ev yapılacak yeni arazilerin azlığı da konut fiyatlarını arttırırken, arsa fiyatları artmış ve şehir dışlarına doğru kaymalar yaşanmıştır. Bu bağlamda, Şekil-3' de görüldüğü gibi, tercihler; mesafe ve talebi etkilemektedir. Talepteki değişim ise arzı etkilemektedir. Arz ve talep ilişkisi fiyatı etkilemiş ve merkezde kısıtlı olan arsa arzı mesafeyi etkilemiştir.

Sonuç ve Tartışma

Yapılan çalışmalar yaşanan küresel salgın ile tüm dünyada yaşam şeklinin değiştiğini ortaya koymaktadır. İnsanlar hiç olmadığı kadar sağlıklarını düşünmeye başlamışlar, sağlığı önceliklendirerek, yaşam şekillerini, tüketim alışkanlıklarını ve buna bağlı olarak, tercihlerini de değiştirmişlerdir. Salgın boyunca, hiç olmadığı kadar zaman geçirilen evler ile ilgili tercihler de değişmiştir. Çalışma sürecinde yapılan görüşmelerde tüm katılımcıların değişen tercihler üzerinde neredeyse aynı yanıtları vermesi dikkat çekicidir.

Yapılan araştırma sonucundan elde edilen bulgular, emlak sektöründe tüketicilerin tercihlerinin değiştiğini gözler önüne sermiştir. Geçmiş yıllarda daha yüksek gelirli bireylerin tercih ettiği müstakil, geniş ve manzaralı evlerin hedef kitlesi orta ve orta üst sınıfa doğru kaymıştır. Çünkü yatırım için nakit para birikimleri olan bireyler, ya ellerindeki parayı konuta harcamayı tercih etmişlerdir, ya da, mevcut evlerini değişen tercihleri doğrultusunda güncellemek istemişlerdir. Sağlık konusunda daha bilinçli hale

gelindiği bu süreçte, tüketiciler toplumdan uzak evlere doğru yönelmiştir. Bireyler, kendileri ve aileleri için daha izole bir hayatı tercih etmiştir.

Belirli dönemlerde, belirli ürünlerin tercihleri için modanın etkisi olduğu bilinmektedir. Konut sektöründe de modanın etkisi son yıllarda tüketici tercihlerinin ve satın alma davranışlarının etkilemiştir. Yakın zamana kadar site içi, ortak sosyal alanlarının olduğu, rezidans tarzı dairelerin revaçta olduğu görülmüştür. Bu binalar, tüketiciler tarafından daha güvenli ve daha kullanışlı olarak düşünülmüştür. Ancak küresel salgınla birlikte, bu konutlardan vazgeçilmiş ve müstakil evlere doğru deyim yerindeyse bir talep patlaması yaşanmıştır. Yaklaşık son bir buçuk yılın yeni modası bu evler olmuştur. Bu değişimle gelen akımın kalıcılığı ise kesin olarak bilinmemektedir.

Diğer yandan, yaşanan küresel salgınla insanlar, sağlığın değerini anlamış ve sağlıklı bir yaşama doğru kayma olmuştur. Sürdürülebilirlik bireysel anlamda daha da önem kazanmış, organik ürün tüketimi, özellikle de organik gıda tüketimi artış göstermiştir. Bu durum bireylerin konut alımlarını da etkilemiştir. Doğal yaşama geçişle birlikte, kendi ürünlerinin üretmek için bireysel sosyal alanlarının olduğu evlere talep artmıştır. Bahçesi olan, toprağı üretim için uygun olan evlerin tercih edilmesi, müstakil ev tercihinin bir diğer nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğal bir yaşama geçiş, bu tercih değişimini tetiklemiştir. Tüketim bilinci artmış ve hayat tarzlarında değişimler gözlenmiştir. Bu da, yeni hayat tarzlarına uygun yaşam alanlarının tercih edilmesine neden olmuştur.

Gelecekte yapılacak benzer çalışmalar için, işyeri satın alma ve tüketim ile ilgili yaşanan değişimlerin incelenmesi önerilmektedir. Salgın sürecinde plaza çalışma şeklinin değiştiği ve evden çalışmanın mümkün olduğu görülmüştür. Bu bağlamda atıl kalan işyerleri ve konut sektörüne etkisi araştırılacak bir konu olarak görülmektedir. Bu çalışma, ulaşılabilirlik ve zaman kısıtları çerçevesinde gerçekleşmiştir. Gelecek çalışmalarda, daha geniş kapsamlı bir örneklem üzerinde çalışılması, literatüre daha fazla katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- ACAR, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını Ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- AÇIKGÖZ, Ö., ve GÜNAY, A. (2020). The Early Impact of the Covid-19 pandemic on the Global and Turkish Economy. *Turkish journal of medical sciences*, 50(SI-1), 520-526.
- ALEXANDRA, Z. P., ALINA-ELENA, C. I., ve ADRIAN, M. (2020). The Effects of the Crisis Generated by the COVID-19 Pandemic on Consumer Behavior Regarding Brand Purchasing. *Risk in Contemporary Economy*, 47-58.
- ALİCİ, N. S., BEYAN, A. C., ve SİMSEK, C. (2020). COVID-19 As an Occupational Disease. *Eurasian Journal of Pulmonology*, 22(4), 90.
- BAICU, C. G., GÂRDAN, I. P., GÂRDAN, D. A., ve EPURAN, G. (2020). The impact of COVID-19 on Consumer Behavior in Retail Banking. Evidence from Romania. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15(s1), 534-556.
- BAKAR, N. A., ve ROSBI, S. (2020). Effect of Coronavirus Disease (COVID-19) to Tourism Industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189-193.
- BAKER, S. R., FARROKHNIYA, R. A., MEYER, S., PAGEL, M., ve YANNELIS, C. (2020). How Does Household Spending Respond to An Epidemic? Consumption during the 2020 COVID-19 pandemic. *The Review of Asset Pricing Studies*, 10(4), 834-862.

BHATTI, A., AKRAM, H., BASIT, H. M., KHAN, A. U., RAZA, S. M., ve NAQVI, M. B. (2020). E-Commerce Trends During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, 13(2), 1449-1452.

BORSELLINO, V., KALIJI, S., A. ve SCHIMMENTI, E., (2020). COVID-19 Drives Consumer Behaviour and Agro-Food Markets towards Healthier and More Sustainable Patterns. *Sustainability* Vol. 12, no. 8366

BUTU, A., BRUMĂ, I. S., TANASĂ, L., RODINO, S., DINU VASILIU, C., DOBOȘ, S., ve BUTU, M. (2020). The impact of COVID-19 Crisis Upon the Consumer Buying Behavior of Fresh Vegetables Directly From Local Producers. Case Study: The Quarantined Area Of Suceava County, Romania. *International journal of environmental research and public health*, 17(15), 5485.

CASERO-RIPOLLÉS, A. (2020). Impact of Covid-19 on the Media System. Communicative and Democratic Consequences of News Consumption During the Outbreak. *El profesional de la información*, 29(2), e290223.

DEL GIUDICE, V., DE PAOLA, P., ve DEL GIUDICE, F. P. (2020). COVID-19 Infects Real Estate Markets: Short and Mid-Run Effects on Housing Prices in Campania Region (Italy). *Social sciences*, 9(7), 114.

DONES, R. L. E., ve YOUNG, M. N. (2020). Demand on the of Courier Services during COVID-19 Pandemic in the Philippines. In 2020 7th International Conference on Frontiers of Industrial Engineering (ICFIE) (pp. 131-134). IEEE.

EGER, L., KOMÁRKOVÁ, L., EGEROVÁ, D., ve MIČÍK, M. (2021). The effect of COVID-19 on Consumer Shopping Behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102542.

ENDEKSA, <https://www.endeksa.com/tr/analiz/izmir/endeks/satilik/konut?>, Erişim Tarihi: 24.06.2021

FANELLI, R. M. (2021). Changes in the Food-Related Behaviour of Italian Consumers During the COVID-19 Pandemic. *Foods*, 10(1), 169.

FAUCI, A. S., LANE, H. C., ve REDFIELD, R. R. (2020). Covid-19—Navigating the Uncharted. *The New England Journal of Medicine*. 382;13, 1268-1269.

GAGNON, E., JOHANNSEN, B. K., ve LOPEZ-SALIDO, D. (2021). Understanding the New Normal: The Role of Demographics. *IMF Economic Review*, 1-34.

GARCIA, S., PAREJO, A., PERSONAL, E., GUERRERO, J. I., BISCARRI, F., ve LEÓN, C. (2021). A Retrospective Analysis of the Impact of the COVID-19 Restrictions on Energy Consumption at a Disaggregated Level. *Applied Energy*, 287, 116547.

GÜNGÖR, B. O., ERTUĞRUL, H. M., ve SOYTAŞ, U. (2021). Impact of Covid-19 Outbreak on Turkish Gasoline Consumption. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120637.

HALL, M. C., PRAYAG, G., FIEGER, P., ve DYASON, D. (2020). Beyond Panic Buying: Consumption Displacement and COVID-19. *Journal of Service Management*.

HASANAT, M. W., HOQUE, A., SHIKHA, F. A., ANWAR, M., HAMID, A. B. A., ve TAT, H. H. (2020). The Impact of Coronavirus (COVID-19) on E-business in Malaysia. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 85-90.

HESHAM, F., RIADH, H., ve SIEM, N. K. (2021). What Have We Learned About The Effects of the COVID-19 Pandemic On Consumer Behavior?. *Sustainability*, 13(8), 4304.

HOESLI, M., ve MALLE, R. (2021). Commercial Real Estate Prices and Covid-19. *Swiss Finance Institute Research Paper*, (21-08).

HOWARD, M. C. (2021). Who Wants to Reopen The Economy During the COVID-19 Pandemic? The Daring and Uncaring. *Personality and Individual Differences*, 168, 110335.

IZZAH, N., DILAILA, F., ve YAO, L. (2021). The Growth of Reliance Towards Courier Services Through E-Business Verified During COVID-19: Malaysia. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1874, No. 1, p. 012041). IOP Publishing.

JIN, X., ZHAO, Y., SONG, W., ve ZHAO, T. (2021). Save for Safe: Effect of COVID-19 Pandemic on Consumers' Saving and Spending Behavior in China. *Frontiers in Psychology*, 12.

LI, S., KALLAS, Z., ve RAHMANI, D. (2021). Did the COVID-19 Lockdown Affect Consumers' Sustainable Behaviour in Food Purchasing and Consumption in China?. *Food Control*, 108352.

LING, D. C., WANG, C., ve ZHOU, T. (2020). A first look at the impact of COVID-19 on Commercial Real Estate Prices: Asset-level Evidence. *The Review of Asset Pricing Studies*, 10(4), 669-704.

MARONA, B., ve TOMAL, M. (2020). The COVID-19 Pandemic Impact Upon Housing Brokers' Workflow and Their Clients' Attitude: Real estate Market in Krakow. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 221-232.

MOKHTARI, R., ve JAHANGIR, M. H. (2021). The effect of Occupant Distribution on Energy Consumption and COVID-19 Infection in Buildings: A Case Study of University building. *Building and Environment*, 190, 107561.

ORINDARU, A., POPESCU, M. F., CĂESCU, Ş. C., BOTEZATU, F., FLORESCU, M. S., ve RUNCEANU-ALBU, C. C. (2021). Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior. *Sustainability*, 13(11), 5762.

OUR WORLD IN DATA, (2020). <https://ourworldindata.org/coronavirus-data>;
Erişim Tarihi: 20.06.2021 p. 8366

ROULEAU, J., ve GOSSELIN, L. (2021). Impacts of the COVID-19 Lockdown on Energy Consumption in a Canadian Social Housing Building. *Applied Energy*, 287, 116565.

RUIZ-ROSO, M. B., DE CARVALHO PADILHA, P., MATILLA-ESCALANTE, D. C., BRUN, P., ULLOA, N., ACEVEDO-CORREA, D., ve DÁVALOS, A. (2020). Changes of Physical Activity and Ultra-Processed Food Consumption in Adolescents from Different Countries During COVID-19 Pandemic: An Observational Study. *Nutrients*, 12(8), 2289.

SAĞLIK BAKANLIĞI, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/covid-19-nedir-.html>, Erişim Tarihi: 20.06.2021

SAHİBİNDEN, İzmir Emlak Endeksi, www.sahibinden.com, Erişim Tarihi: 25.06.2021

SEHGAL, R., KHANNA, P., MALVIYA, M., ve DUBEY, A. M. (2021). Shopping Safety Practices Mutate Consumer Buying Behaviour During COVID-19 Pandemic. *Vision*, 09722629211010990.

SEVERO, E. A., DE GUIMARÃES, J. C. F., ve DELLARMELIN, M. L. (2021). Impact of the COVID-19 Pandemic on Environmental Awareness, Sustainable Consumption and Social Responsibility: Evidence from generations in Brazil and Portugal. *Journal of Cleaner Production*, 286, 124947.

SHETH, J. (2020). Impact of Covid-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die?. *Journal of Business Research*, 117, 280-283.

SINHA, I. P., HARWOOD, R., SEMPLE, M. G., HAWCUTT, D. B., THURSFIELD, R., NARAYAN, O., ... ve SOUTHERN, K. W. (2020). COVID-19 Infection in Children. *The Lancet Respiratory Medicine*, 8(5), 446-447.

TANRIVERMİŞ, H. (2020). Possible Impacts of COVID-19 Outbreak on Real Estate Sector And Possible Changes to Adopt: A Situation Analysis And General Assessment on Turkish Perspective. *Journal of Urban Management*, 9(3), 263-269.

TCMB (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2021), Konut Fiyat Endeksi, Veri Yönetişimi ve İstatistik Genel Müdürlüğü, Anketler ve Endeksler Müdürlüğü, Nisan 2021.

TÜİK, (2021a). "Konut Satış İstatistikleri, Mayıs 2021"

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Konut-Satis-Istatistikleri-Mayis-2021-37469>, Erişim Tarihi: 01.06.2021

TÜİK, (2021b), İllere ve yıllara göre konut satış sayıları, 2013-2021, Erişim Tarihi: 01.06.2021

ÜSTÜN, Ç., ve ÖZÇİFTÇİ, S. (2020). COVID-19 Pandemisinin Sosyal Yaşam ve Etik Düzlem Üzerine Etkileri: Bir Değerlendirme Çalışması. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, 25 (Special Issue on COVID 19), 142-153.

VELAVAN, T. P., ve MEYER, C. G. (2020). The COVID-19 Epidemic. *Tropical medicine & International Health*, 25(3), 278.

WARD, C. (2020). Consumer Behavior and COVID-19. *Business Education Innovation Journal*, 12(1).

ZHANG, C., JIANG, J., JIN, H., ve CHEN, T. (2021). The Impact of COVID-19 on Consumers' Psychological Behavior Based on Data Mining for Online User Comments in the Catering Industry in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4178.

ZWANKA, R. J., ve BUFF, C. (2021). COVID-19 Generation: A Conceptual Framework of The Consumer Behavioral Shifts to be caused by the COVID-19 Pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*, 33(1), 58-67.

Summary

Nowadays, everyone is going through very compelling times because of Covid-19 Pandemic. The pandemic affect on economies in the world. Now, individuals have a "new normal". Many businesses have been closed for a while or permanently, people have to wear masks and they had to stay at home. Because, almost every country went into lockdown. People have lived at home perhaps as they never did and this changed some habits. Today, the research shows that people are more interested in their health and they have more consciousness about consumption. For example; the energy consumption increases at homes but decreases at workplaces. Changing consumption habits also affect buying behaviour. For example, sustainability and sustainable foods are more preferred by the consumers and they are cooking at home now and they are buying their nutrition from local sellers. Because of the lock down, they started to look at their lifestyle differently. This led people to change the places where they live in. In this paper I tried to understand how consumers change their preferences about buying real estate. I did an interview with an international real estate offices' consultant in İzmir and the results backed up with the literature and the statistical datas. A common framework has been created by the answers obtained and the main factors related to the real estate preferences of consumers in the pandemic process were determined. These factors are classified as Demand, Supply, Price, Preferences, Distance and Payment Method. The results showed that preferences have changed and this change affects the demand and the distance. After the pandemic, people want to buy a detached house, because they want to produce their own foods and now they do not want to live with other people. Additionally, some residences do not have windows which can be opened or a good ventilation system. Before the pandemic, usually wealthier people could buy these houses but now the upper-middle class started to buy these houses. The reason is, people care about their and their families health and they are willing to spend their savings. Another result is about supply. In İzmir there are no more places in the centre or too many detached houses. So, now people want to move to suburban areas. Demand and supply are affecting the prices and the prices in İzmir have increased too much. In spite of increased prices, people prefer the cash or swap as a means of payment. The information to be obtained as a result of this

study draws attention to the issue of what kind of structuring the sectors operating in the real estate field should go in the future in line with the changing consumer preferences.

Karar Ağaçları ve Bayes Ağları ile OECD Ülkelerindeki İntiharların Değerlendirilmesi

Şenol DEMİRCİ*, Duygu İÇEN**

Öz

İntiharlar, geçmişten günümüze farklı sıklıklarda ve sürekli karşılaşılan önemli bir sorundur. Bireyler, intihar girişiminde bulunarak kendi yaşamına kendi isteğiyle son vermeye çalışmaktadır. İntiharın birçok nedeni bulunmakla birlikte etkileri toplumdaki tüm fertler için yıkıcı düzeydedir. Bu çalışmada, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu OECD üye ülkelerinin kişi başı gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH), işsizlik, alkol tüketimi, yıllık çalışma süresi, boşanma ve antidepresan kullanımı değişkenlerinin intihar değişkeni ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. İlişkileri incelemek için veri madenciliği sınıflandırma tekniklerinden faydalanılmıştır. Veri madenciliği teknikleri arasında ise en yüksek doğru sınıflandırma değerlerini veren algoritmalarından yararlanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde tüm değişkenlerin intihar değişkeni ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. Buna göre işsizlik düzeyi, alkol tüketimi, yıllık çalışma süresi, boşanma hızı ve antidepresan kullanımı yüksek ve GSYİH'si düşük düzeyde olan ülkelerde intihar hızının yüksek veya orta düzeyde olabileceği belirlenmiştir. Bu özelliklerin belirlenmesi OECD ülkelerinin intihara yönelik alacakları önlemlerde ve geliştirecekleri sağlık ve sosyal politikalarda hangi özellikleri hedef alabileceğini gösterebilecektir.

Anahtar Sözcükler: Veri Madenciliği, Rastgele Orman, TAN, Sosyal Politika, Sınıflandırma

Evaluation of Suicides in OECD Countries with Decision Trees and Bayesian Networks

Abstract

Suicides are an important problem that has been encountered in different frequencies from past to present. Individuals are trying to end their own lives by attempting suicide. There are many causes of suicide but its effects are devastating for all individuals in the community. This study aimed to examine that OECD member countries including Turkey of the relationship between the variables of per capita gross domestic product (GDP), unemployment, alcohol consumption, annual working time, divorce rate, and antidepressant use with suicide variable. Data mining classification techniques were used to examine the relationship. Among the data mining techniques, we used the



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 04.07.2021

Kabul/Accepted: 14.12.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.961070>

* Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, Türkiye,

E-posta: senoldemirci@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-8552-8151>

** Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Fen Fakültesi, Ankara, Türkiye,

E-posta: duyguicn@hacettepe.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-7940-5064>

algorithms giving the highest correct classification rates. As a result of the analyzes made, it was determined that all variables were associated with the suicide variable. Accordingly, it has been determined that the suicide rate may be high or moderate in countries with high unemployment level, alcohol consumption, annual working time, divorce rate, and antidepressant use and low GDP. Determining these features will be able to show what characteristics OECD countries will target in the measures they will take for suicide and the health and social policies they will develop.

Keywords: Data Mining, Random Forest, TAN, Social Policy, Classification

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca intiharlar, farklı toplum, ülke ve gruplarda farklı sıklıklarda gerçekleşmiştir. İntihar sadece toplum ve ruh sağlığıyla ilgili bir problem değildir ayrıca, intiharın ekonomik ve kültürel yönü de bulunmaktadır. Her yıl neredeyse 800.000 kişi intihar sonucunda yaşamını yitirmekte ve daha fazla kişi intihar girişiminde bulunmaktadır (World Health Organization [WHO], 2018). İntihar, doğrudan ya da dolaylı olarak birey tarafından gerçekleştirilen, olumlu ya da olumsuz davranışlarından kaynaklanan ve ölüme sonuçlanan eylemler olarak tanımlanmaktadır. İntihar, birçok farklı nedenden kaynaklı olup yine birçok farklı şekilde gerçekleşmektedir (Durkheim, 2005). Bireyler, intihar girişiminde bulunarak kendi yaşamına kendi isteğiyle son vermeye çalışmaktadır. İntiharlar genellikle psikolojik bir rahatsızlığın sonucunda gerçekleşmektedir. Bununla birlikte, kişi bazen yaşamını tehdit eden fiziksel rahatsızlıklar, stres, uyuşturucu kullanımı, ekonomik sorunlar ve ailevi sorunlar gibi nedenlerden de intihar eyleminde bulunmaktadır (Piotrowski & Hartmann, 2019).

Birçok çalışmada, ülkelerin gelişmişlik düzeyi, işsizlik, alkol tüketimi, yalnız yaşama/boşanma, antidepresan kullanımı ve ruhsal rahatsızlıklar gibi durumların intihar davranışı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Stack, 1990; Barth vd., 2011; Kamat, Edgar, Niblock, McDowell, & Kelly, 2014; Laanani, Ghosn, Jouglu, & Rey, 2015; Khazaei Armanmehr, Nematollahi, Rezaeian, & Khazaei, 2017). Bu çalışmada, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) üye ülkelerinin kişi başı GSYİH, işsizlik, alkol tüketimi, yıllık çalışma süresi, boşanma ve antidepresan kullanımı değişkenlerinin intihar değişkeni ile ilişkisinin incelenmesi ve ayrıca söz konusu değişkenler ile ulusal düzeyde intihar risk profilinin/özelliğinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisi tahmin edilmek istendiği için veri madenciliğinin sınıflandırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Literatürde en fazla kullanılan sınıflandırma yöntemleri Karar Ağaçları, Bayes Ağları, Yapay Sinir Ağları, Destek Vektör Makineleri, K-en Yakın Komşu ve regresyondur (Koyuncugil & Özgülbaş, 2009). Bu çalışmada yer alan bağımlı değişken kategorik olduğu için sınıflandırma yöntemlerinden Karar Ağaçları ve Bayes Ağları kullanılmıştır. Aşağıda Karar Ağaçları ve Bayes Ağları daha detaylı incelenecektir.

Literatür Taraması

Literatürde veri madenciliği yöntemleri kullanılarak yürütülen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Çalış, Durmaz ve Gencer (2018), uçak seferlerindeki rötaları etkileyen faktörleri C5.0 algoritması ile incelemiştir. Çalış, Kayapınar ve Çetinyokuş (2014) tarafından C5.0 algoritması kullanılarak, farklı demografik özellikteki bireylerin bilgisayar ve internet güvenliği konusunda cevaplarından yararlanılarak çıkarımlarda bulunulmuştur. Doğan ve Türkoğlu (2008), demir eksikliği anemisi teşhisinde bulunmak

için Karar Ağaçlarını kullanmıştır. Bazila Banu ve Thirumalaikolundusubramanian (2018), Bayes Ağlarından en yüksek performansı gösteren TAN algoritmasını kullanarak göğüs kanseri hastalarını sınıflandırmıştır. Dogru ve Subasi (2018), trafik kazalarını tespit edebilmek için Rastgele Orman algoritmasından faydalanmıştır. C4.5, k-Ortalamalar, Destek Vektör Makineleri, Apriori, Beklenti Maksimizasyonu, PageRank, AdaBoost, K-en Yakın Komşu, Naive Bayes ve CART gibi algoritmalar veri madenciliğinde en fazla kullanılan algoritmalar olup eğitim, sağlık, bankacılık ve finansman, pazarlama, biyoenformatik, telekomünikasyon ve tarım gibi birçok alanda yaygın şekilde kullanılmaktadır (Wu vd., 2008; Smita ve Sharma, 2014).

Literatürde birçok alanda veri madenciliği yöntemleri kullanılmasına karşın, intihar ve veri madenciliği yöntemlerinin bir arada ele alındığı sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. İlgen vd. (2009), Karar Ağaçları yöntemini kullanarak intihar açısından risk teşkil edebilecek bireysel özellikleri saptamıştır. Bae, Lee ve Lee (2015), CHAID algoritmasını kullanarak Güney Kore'de yaşayan ergen bireylerin intihar risk profilini ortaya çıkarmıştır. Berrouiguet vd. (2019), Karar Ağaçları yöntemini kullanarak intihar girişiminde bulunan bireyler ile ilişkili olabilecek faktörleri belirlemiştir. Baca-Garcia vd. (2007), Rastgele Orman algoritmasını kullanarak ailede intihar girişimi öyküsü ile ilişkili olabilecek değişkenleri tespit etmiştir. Amini, Ahmadiania, Poorolajal ve Amiri (2016), Lojistik Regresyon, Destek Vektör Makineleri, Karar Ağaçları ve Yapay Sinir Ağları yöntemleriyle intihar açısından yüksek risk grubunda yer alan bireylerin özelliklerini ortaya çıkarmıştır. Söz konusu çalışmaların ortak noktası, anketlerden elde edilen veriler ya da klinik kayıtlar ile yürütülmüş olmalarıdır. Bu sebepten ulusal düzeyde veriler kullanarak intihar ve veri madenciliği yöntemlerinin birlikte ele alındığı çalışmalara da ihtiyaç bulunmaktadır.

Veri Madenciliği ve Sınıflandırma

Veri madenciliği, elde edilen verilerden anlamlı bilgiler çıkaran ve bulan, veri içerisindeki gizli örüntüleri ve bağlantıları keşfeden, çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit eden ve bu sayede karar vermeye yardımcı olan bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Rygielski Wang, & Yen, 2002). Veri madenciliği, veri toplama, veri temizleme, model oluşturma, model testi ve uygulama gibi aşamaları içeren bir süreçtir (Seyrek & Ata, 2010). Veri madenciliği farklı alanlarda ve farklı amaçlarda kullanılmakta olup çoğunlukla sınıflandırma, kümeleme ve birliktelik işlevi bulunmaktadır. Sınıflandırma yöntemlerinin tahmin etme; kümeleme ve birliktelik yöntemlerinin ise tanımlama işlevi bulunmaktadır (Savaş, Topaloğlu, & Yılmaz, 2012).

Veri madenciliği içerisinde diğer yöntemlere kıyasla sınıflandırma yöntemleri daha fazla kullanılmaktadır. Sınıflandırma işlemi en basit şekliyle, bağımsız değişken değerleri belli iken bağımlı değişken değerini tahmin etme işlemidir. Karar Ağaçları, Bayes Ağları, Yapay Sinir Ağları ve Destek Vektör Makineleri gibi yöntemler en fazla kullanılan sınıflandırma yöntemleridir (Zaki, Meira Jr, & Meira, 2014). Birliktelik yöntemleri, birden çok tercihte ya da işlemde bulunan gözlemlerin, tercihleri ya da işlemleri arasındaki birliktelik yapılarını oluşturmaya yaramaktadır. Apriori algoritması, birliktelik yönteminde en yaygın kullanılan algoritmadır. Bir başka veri madenciliği işlevi olan kümelemede gözlem birimleri, benzerliklerine ya da benzeşmezliklerine göre gruplara ayrılmaktadır. Benzerliklerin bulunması için gözlemler arasındaki uzaklıklardan faydalanılmaktadır. Uzaklık değerlerine göre kümeler oluşturulmaktadır. Kümeler arasındaki mesafelerin ölçülmesinde uzaklık ölçüleri kullanılmaktadır. Kümelerin kendi içerisinde homojen, kümeler arasında ise heterojen olması sağlanmaktadır. En yaygın kullanılan kümeleme yaklaşımları Bölünmeli, Hiyerarşik, Yoğunluğa Dayalı, Grid Tabanlı, Model Tabanlı, Örüntü Tabanlı ve Kısıt Tabanlı'dır (Altunkaynak, 2017).

Karar Ağaçları

Karar Ağaçları, sınıflandırma ile ilgili problemlerin çözümünde kullanılan, ağaç görünümlü tahmin edici modellerdir. Oluşturulan veri tabanlarına kolay bir şekilde uyum sağlayabilen karar ağaçları; modelin kurgulanma ve yorumlanmasının kolay olması, kurulum maliyetlerinin az olması ve güvenilir olmasından günümüzde çok sık kullanılmaktadır (Akpınar, 2000). Karar Ağacı, ağaç tabanlı bir sınıflandırma modeli oluşturan parametrik olmayan bir yöntemdir. Karar Ağacında bağımlı değişkenin tahmin değeri bağımsız değişkenlerin değerleri üzerine dayanmaktadır. Karar Ağacının asıl amacı, bağımsız değişkenler aracılığıyla bağımlı değişken için tahmini bir model oluşturmaktır (Shi, 2013). Bir Karar Ağacı, düğüm, dal ve yapraklardan oluşmaktadır. İlk dallandırmanın olduğu yer kök düğümdür. Dalların son bulduğu düğümler ise yapraklardır. Karar Ağacındaki düğüm ve yaprakların içerisinde genellikle bağımlı değişken dağılım bilgisi yer alırken, dallar üzerinde ise dallandırma yapılan bağımsız değişkenin düzeyi ve sınıf aralığı bulunur. Karar Ağaçlarından yola çıkılarak düğümlere ilişkin yorumlar oluşturulabileceği gibi karar kuralları da oluşturulabilmektedir (Altunkaynak, 2017).

Sınıflandırma problemlerinin çözümünü sağlayan Karar Ağaçları için bazı algoritmaların geliştirildiği bilinmektedir. En yaygın kullanılan algoritmalar, CHAID (Otomatik Ki-Kare İlişki Belirleyicisi), C&RT (Sınıflandırma ve Regresyon Ağaçları), QUEST (Hızlı, Yansız, Etkili İstatistiksel Ağaçlar), Rastgele Orman, C4.5 ve C5.0'dır. C5.0 algoritması, C4.5 algoritmasının daha gelişmiş sürümüdür. C5.0 algoritması C4.5 gibi, ağaç ve kural tabanlı olup kök algoritmalarının çoğu benzerdir. C5.0 algoritmasında daha küçük ağaçlar geliştirilebilmekte ve kategorik değişkenlerden yararlanılmaktadır (Kuhn & Johnson, 2013). 1980 yılında Kaas tarafından geliştirilen CHAID algoritması, geniş veri kümeleri için kullanılan bir algoritmadır. Söz konusu algoritmada verilerin daha homojen alt gruplara bölünmesi sağlanır. C&RT algoritması, 1984 yılında, Breiman tarafından sınıflama ve regresyon amacıyla geliştirilmiştir. C&RT algoritmasında, verilerin iki alt düğüme sürekli bir şekilde ayrılmasını sağlayabilmek için bağımsız tüm değişkenler kullanılır (Ture, Tokatlı, & Kurt, 2009). Rastgele Orman algoritması, çok sayıda ağaç çıktısını tek bir sonuca erişmek için birleştirmektedir (IBM, 2020). Bahsi geçen algoritma kategorik değişkenler üzerinde kullanılabilen ve oluşturulan ağaçlar için budama işlemine gerek duyulmamaktadır. Ayrıca orijinal veri setini bölmeden modeli test edebilmektedir (Akman, Genç, & Ankaralı, 2011). Karar ağaçları için geliştirilen bu modeller arasında birtakım farklılıklar vardır. Bu farklılıklardan biri ağaçların üretim şeklidir. Örneğin, CHAID algoritmasında ağaç şekli, ikili olmayan çoklu ağaçlar şeklindeyken, C4.5 algoritmasında ise ağaçlar ikilidir (Ture, Tokatlı, & Kurt, 2009). C4.5 tek değişkenli bir karar ağacı iken, C&RT çok değişkenlidir. Rastgele Orman, CHAID ve C&RT algoritmasında sürekli ve kategorik tüm değişken türleriyle ilgilenebilmekteyken; QUEST algoritmasında değişken türlerinin bir kısmıyla ilgilenebilmektedir (Akman vd., 2011; Ratner, 1998).

Bayes Ağları

Bayes Ağları, olasılıksal grafik modelleri ailesine ait olup inanç ağları (belief networks) olarak da bilinmektedir. Olasılıksal grafik modelleri, ilgilenilen problemin kesin olmayan tanım kümesi hakkındaki bilgiyi betimlemesi amacıyla kullanılmaktadır (Ben-Gal, 2007). Bayes Ağlarında değişkenler düğümler, değişkenler arası olasılıksal bağımlılık ilişkileri ise yönlü oklar aracılığıyla gösterilmektedir. Genellikle Bayes Ağları, değişkenler arası ilişkilerin gösteriminin yapıldığı grafik ve değişkenlere ait koşullu

olasılık tabloları olmak üzere iki parçadan oluşmaktadır. Grafikselsel parça ağı yapısını ortaya çıkarmaktadır. Ağdaki iki düğümün birbirine ok ile bağlandığı durumda okun başlangıcındaki düğüm ebeveyn (parent) düğüm, okun bitişinde bulunan düğüm ise çocuk (child) düğüm olarak adlandırılır (Çinicioğlu, Atalay, & Yorulmaz, 2013). Naive Bayes, Tree Augmented Naive Bayes (TAN), Markov Blanket (MB), BN Augmented Naive Bayes (BAN), Bayesian Multinet ve Genel Bayes Ağı (GBN) gibi sınıflayıcılar Bayes Ağları yapısını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır (Cheng & Greiner, 2001).

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Değişkenler

Bu çalışmada, OECD ülkelerinin intihar hızları ile ilişkili olabilecek sosyo-ekonomik faktörlerin belirlenmesi ve ulusal düzeyde risk profillerinin/özelliklerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışmanın yöntemi nicel araştırma yöntemlerinden, veri madenciliği teknikleridir.

Çalışmanın bağımlı/hedef değişkeni ülkelerin her 100.000 ölüm içerisindeki intihar hızıdır. İntihar verisi düşük, orta ve yüksek olarak kategorilere ayrılmıştır ve analizler bu şekilde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada yararlanılan bağımsız değişkenler, intihar üzerinde etkisi olduğu farklı çalışmalarda belirlenen kişi başı GSYİH, işsizlik, alkol tüketimi, yıllık çalışma süresi, boşanma hızı ve antidepresan kullanımınıdır (Stack, 1990; Andrés, Halicioğlu, & Yamamura, 2011; Barth vd., 2011; Kamat vd., 2014; Laanani vd., 2015; Khazaei vd., 2017). Bağımsız değişkenlerin tamamı nicel yapıdadır.

Örnekleme

Çalışmaya OECD'ye üye 36 ülke (Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsrail, İsveç, İsviçre, İtalya, İzlanda, Japonya, Kanada, Güney Kore, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Macaristan, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Slovakya, Slovenya, Şili, Türkiye, Yeni Zelanda, Yunanistan) ve OECD ile iş birliği yapan 1 ülke (Rusya), toplamda 37 ülke dahil edilmiştir. OECD üyesi ülkeler Dünya GSYİH'sının yüzde 63'ünü, dünya ticaretinin dörtte üçünü ve dünya nüfusunun yüzde 18'ini oluşturmaktadır (U.S. Mission to the Organization For Economic Cooperation & Development [USOECD], 2019).

Veri Kaynağı

Araştırmada OECD üye ve ortak ülkelerin (<https://data.oecd.org>) verilerinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında yararlanılan bağımlı değişkenler, bağımsız değişkenler, açıklamalar, alındıkları veri tabanı ve yıl Tablo 1'de verilmiştir.

	Değişken Adı	Açıklama	Veri Tabanı (Yıl)
--	---------------------	-----------------	--------------------------

Bağımlı Değişken	İntihar_hızı	Her 100.000 ölüm içerisindeki intihar hızı	OECD (2015)
Bağımsız Değişken	GSYİH_kişibaşı	Kişi başına düşen GSYİH \$ (satın alma gücü paritesi-PPP)	OECD (2015)
	İşsizlik	İş gücü içerisindeki işsizlik oranı	OECD (2015)
	Alkol_tüketimi	15 yaş ve üzeri bireylerin bir yıl içerisindeki kişi başı alkol tüketimi (Litre)	OECD (2015)
	Yıllık çalışma_süresi	Yıllık ortalama çalışma süresi (Yılda toplam çalışılan saat/Yılda ortalama çalışan kişi sayısı)	OECD (2015)
	Kaba boşanma_hızı	Yılda 1000 kişi başına boşanma hızı	OECD (2015)
	Antidepresan	1000 kişi başına düşen günlük doz	OECD (2015)

Tablo 1. Çalışma Kapsamında Yararlanılan Değişkenlere İlişkin Bilgiler

Verilerin Analizi

Bu çalışmada, Karar Ağaçlarının uygulanmasında C&RT, C5.0 ve Rastgele Orman algortimaları; Bayes Ağların uygulanmasında Tree Augmented Naive Bayes (TAN) ve Markov Blanket (MB) ağ yapıları kullanılmış ve IBM SPSS Modeler v18.2 veri madenciliği yazılımından yararlanılmıştır.

Algortimaların performansının ölçülmesinde genel doğruluk oranından faydalanılmıştır. Genel doğruluk oranı, konfüzyon matrisinden yararlanılarak hesaplanmaktadır. Tablo 2'de örnek bir konfüzyon matrisi verilmiştir. Genel doğruluk oranı, $TP+TN/N$ formülü ile hesaplanmaktadır. Konfüzyon matrisine göre (Altunkaynak, 2017):

- TP: Doğru pozitiflerin sayısı
- TN: Doğru negatiflerin sayısı
- FP: Yanlış pozitiflerin sayısı
- FN: Yanlış negatiflerin sayısı

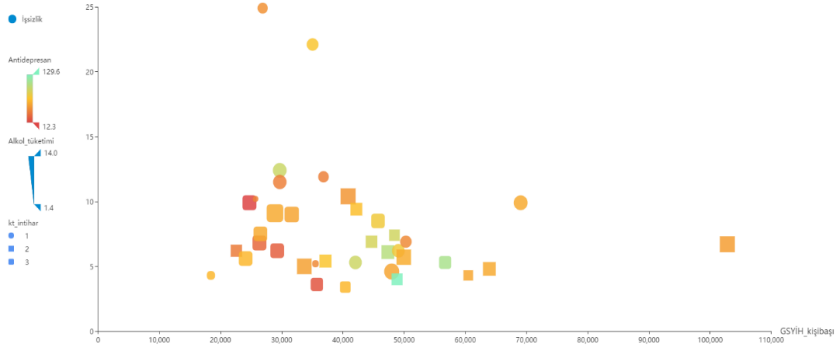
		Gerçek durum	
		Doğru (+)	Yanlış (-)
Algoritmanın tahmini	Doğru (+)	TP	FP
	Yanlış (-)	FN	TN

Tablo 2. Konfüzyon Matrisi

Algortimaların yürütülmesi sonucunda intihar hızı için en önemli bağımsız değişkenin tespit edilmesinde tahmin değişkeni önem (predictor importance) değerinden faydalanılmıştır. Tahmin değişkeni önem değeri, modelin tahmin edilmesinde her bir değişkenin göreceli önemini belirtmek için kullanılmaktadır. Değerler göreceli olduğundan, tüm değişkenlere ait tahmin değişkeni önem değerlerinin toplamı 1,0'ı vermektedir. Söz konusu değer, algoritmanın performansının ölçülmesinde kullanılan genel doğruluk oranı ile ilişkili değildir. Daha ziyade her değişkenin intihar hızını tahmin etmedeki önemi ile ilgilidir (IBM, 2021).

Bulgular

Şekil 1'de ülkelerin işsizlik, kişi başı GSYİH, antidepresan kullanımı, alkol tüketimi ve intihar hızına göre tanımlayıcı bilgileri yer almaktadır. X ekseninde kişi başı GSYİH ve Y ekseninde işsizlik oranı yer almaktadır. İntihar hızı kategorilere 1=Düşük ($0 < \text{intihar hızı} \leq 10,6$), 2=Orta ($10,6 < \text{intihar hızı} \leq 13,1$) ve 3=Yüksek ($13,1 < \text{intihar hızı} \leq 29,0$) ayrılmış olup her kategori farklı şekilde gösterilmektedir. Antidepresan kullanımı Şekil 1'de renk skalasında verilmiştir. Alkol tüketimi arttıkça şekillerin boyutları da büyümektedir.



Şekil 1. OECD Ülkelerinin Tanımlayıcı Bilgileri

Şekil 1 incelendiğinde ülkelerin çoğunluğunun GSYİH'sinin 20.000\$ ile 50.000\$ arasında, işsizlik oranlarının %5 ile %15 arasında yer aldığı ve bu aralıkta yer alan ülkelerin intihar hızı, antidepresan kullanımı ve alkol tüketiminin ortalama düzeyde ve yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 3'de çalışma kapsamındaki değişkenlere ve ülkelere göre OECD tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır. OECD ülkelerinin her 100.000 ölüm içerisindeki intihar hızı ortalaması 12,3, kişi başı GSYİH'sı 40797,6\$, iş gücü içerisindeki işsizlik oranı 7,9, 15 yaş üstü kişi başı alkol tüketimi 9,0 litre, yıllık çalışma süresi 1705,5 saat, yılda 1000 kişi başına kaba boşanma hızı 2,0 ve 1000 kişi başına günlük antidepresan dozu 61,7'dir.

1. Değişkenler	2. Ortalama±Standart Sapma
3. İntihar hızı	4. 12,3±5,3
5. Kişi başı GSYİH	6. 40797,6±16068,9
7. İşsizlik oranı	8. 7,9±4,4
9. Alkol tüketimi	10. 9,0±2,5
11. Yıllık çalışma süresi	12. 1705,5±196,1
13. Kaba boşanma hızı	14. 2,0±0,7
15. Antidepresan kullanımı	16. 61,7±25,4

Tablo 3. OECD Ülkelerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Yukarıdaki bilgiler ışığında OECD ülkelerindeki intihar hızını tahmin etmek için daha önce bahsedilen yöntemler IBM SPSS Modeler v18.2 versiyonu kullanılarak sonuçlar elde edilmiştir (analiz için oluşturulan akış Ek 1'de verilmiştir).

Karar Ağaçları Sonuçları

Bağımlı değişken üç kategoriden oluştuğu için bu çalışmada model başarı ölçütleri olarak genel doğruluk oranından yararlanılmıştır. Tablo 4'de genel doğruluk oranları yer almaktadır.

Algoritmalar	Genel Doğruluk Oranı
C&RT	0,7297
C5.0	0,8919
Rastgele Orman	0,8919

Tablo 4. Karar Ağaçları Algoritmalarından Elde Edilen Genel Doğruluk Oranları

Tablo 4'de yer alan genel doğruluk oranlarına göre Karar Ağaçları algoritmaları içinde en iyi algoritmaların C5.0 ve Rastgele Orman olduğu belirlenmiştir. Bu doğrultuda en yüksek doğru sınıflandırma değerlerini veren bu algoritmaların doğrulama matrisleri ve bu matrislerden elde edilen yorumlar aşağıda verilmiştir.

		TAHMİN			TOPLAM
		1=Düşük	2=Orta	3=Yüksek	
GERÇEK	1=Düşük	13	0	0	13
	2=Orta	2	10	1	13
	3=Yüksek	0	1	10	12
TOPLAM		15	11	11	37

Tablo 5. C5.0 Algoritmasının Doğrulama Matrisi

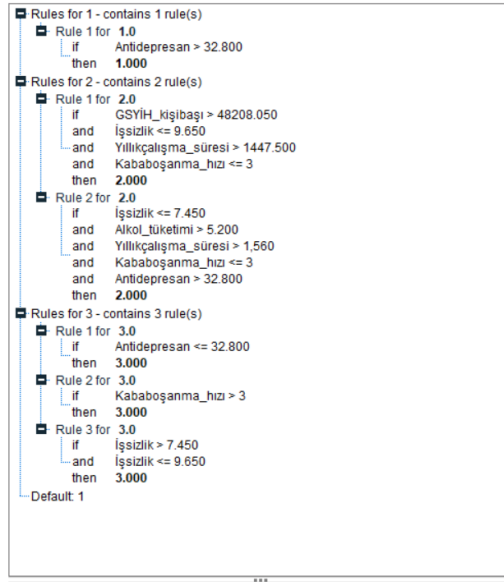
Tablo 5, C5.0 algoritması için yapılan doğrulama matrisi sonuçlarını göstermektedir. Doğrulama matrisi gerçek ve tahmin sonuçlarına göre ülkelerin %35,13'ünün düşük, %27,02'sinin orta ve %27,02'sinin yüksek intihar kategorilerinde sınıflandırıldığı belirlenmiştir. Sonuç itibariyle ülkelerin C5.0 algoritması toplam doğru sınıflandırma yüzdesi %89,1 olarak tespit edilmiştir.

		TAHMİN			TOPLAM
		1=Düşük	2=Orta	3=Yüksek	
GERÇEK	1=Düşük	13	0	0	13
	2=Orta	1	10	2	13
	3=Yüksek	0	1	10	12
TOPLAM		14	11	12	37

Tablo 6. Rastgele Orman Algoritmasının Doğrulama Matrisi

Tablo 6, Rastgele Orman algoritması için yapılan doğrulama matrisi sonuçlarını göstermektedir. Doğrulama matrisi gerçek ve tahmin sonuçlarına göre ülkelerin %35,13'ünün düşük, %27,02'sinin orta ve %27,02'sinin yüksek intihar kategorilerinde sınıflandırıldığı belirlenmiştir. Sonuç itibariyle ülkelerin Rastgele Orman algoritması toplam doğru sınıflandırma yüzdesi %89,1 olarak tespit edilmiştir.

Genel doğruluk oranı en yüksek C5.0 ve Rastgele Orman algoritmaları olduğu için kural çıkarımı yapılırken bu algoritmalarından elde edilen sonuçlar kullanılmıştır. Ayrıca C5.0 algoritmasının Modeler 18 akışındaki algoritma seçenekleri kullanılarak kurallar (rule set) oluşturulmuştur.



Şekil 2. C5.0 Algoritması Kurallar Seti Çıktısı

Şekil 2’de C5.0 algoritması kullanılarak elde edilen kurallar yer almaktadır. C5.0 algoritması tahmin değişkeni önem değerlerine göre intihar hızı için en önemli bağımsız değişkenin işsizlik olduğu belirlenmiştir. C5.0 algoritması ile üretilen kurallar şunlardır:

Kural 1: Eğer bir OECD ülkesi düşük intihar (0 ile ≤10,6 arası) hızına sahip ise 1000 kişiye düşen antidepresan dozunun 32,8 dozdan fazla olması beklenmektedir.

Kural 2.1: Eğer bir OECD ülkesi orta düzeyde (10,6> ile ≤13,1 arası) intihar hızına sahip ise kişi başı GSYİH’si 48208,05\$’dan fazla, işsizlik oranı %9,65’den ve daha az, yıllık çalışma süresi 1447,5 saatten fazla ve yılda 1000 kişi başına boşanma hızı 3 ve daha az olması beklenmektedir.

Kural 2.2: Eğer bir OECD ülkesinde işsizlik oranı %7,45 ve daha az, alkol tüketimi 5,2 litreden fazla, yıllık çalışma süresi 1560 saatten fazla, yılda 1000 kişi başına boşanma hızı 3 ve daha az, 1000 kişiye düşen antidepresan dozu 32,8’den fazla ise o ülkede intihar hızının orta düzeyde (10,6> ile ≤13,1 arası) olması beklenmektedir.

Kural 3: Eğer bir OECD ülkesinde 1000 kişiye düşen antidepresan dozu 32,8 ve daha az, yılda 1000 kişi başına boşanma sayısı 3’den fazla ve işsizlik oranı %7,45> ile ≤9,65 arasında ise intihar hızının yüksek düzeyde (13,1> ile ≤29,0 arası) olması beklenmektedir.

Karar Kuralları	İntihar Hızı Kategorisi
(4,3<işsizlik oranı≤7,4) & (boşanma hızı≤2,1) & (7,2<alkol tüketimi≤10,4)	Düşük
(antidepresan kullanımı≤65,0) & (işsizlik oranı>5,0) & (kişi başı GSYİH≤35054,49) & (alkol tüketimi>10,4)	Yüksek
(kişi başı GSYİH≤37158,23) & (alkol tüketimi≤10,4)	Düşük

(kişi başı GSYİH>35054,49) & (alkol tüketimi>10,4)	Düşük
(antidepresan kullanımı>65,0) & (işsizlik oranı≤9,0) & (kişi başı GSYİH≤47351,05) & (boşanma hızı >1,7)	Orta

Tablo 7. Rastgele Orman Algoritması Karar Kuralları Çıktısı

Tablo 7, Karar Ağaçları algoritmalarından olan Rastgele Orman ile elde edilen karar kurallarını göstermektedir. C5.0 algoritmasında olduğu gibi Rastgele Orman algoritmasında da tahmin değişkeni önem değerlerine göre intihar bağımlı değişkeni için en önemli bağımsız değişken işsizliktir. Rastgele Orman ile üretilen karar kuralları şunlardır:

Kural 1: İşsizlik oranı %4,3'ten fazla ve %7,4 ve daha az, yılda 1000 kişi başına boşanma hızı 2,1 ve daha az ve alkol tüketimi 7,2 litreden fazla ve 10,3 litre ve daha az olan OECD ülkelerinin intihar hızının düşük olması beklenmektedir.

Kural 2: 1000 kişiye düşen antidepresan dozu 65,0 ve daha az, işsizlik oranı %5,0'dan büyük, kişi başı GSYİH'si 35054,49\$ ve daha az ve alkol tüketimi 10,4 litreden fazla olan OECD ülkelerinin intihar hızının yüksek olması beklenmektedir.

Kural 3: Kişi başı GSYİH'si 37158,23\$ ve daha az ve alkol tüketimi 10,4 litre ve daha az olan OECD ülkelerinin intihar hızının düşük olması beklenmektedir.

Kural 4: Kişi başı GSYİH'si 35054,49\$'dan ve alkol tüketimi 10,4 litreden fazla olan OECD ülkelerinin intihar hızının düşük olması beklenmektedir.

Kural 5: 1000 kişiye düşen antidepresan dozu 65,0'dan fazla, yılda 1000 kişi başına boşanma hızı 1,7'den fazla, kişi başı GSYİH'si 47351,05\$ ve daha az ve işsizlik oranı %9,0 ve daha az olan OECD ülkelerinin intihar hızının orta düzeyde olması beklenmektedir.

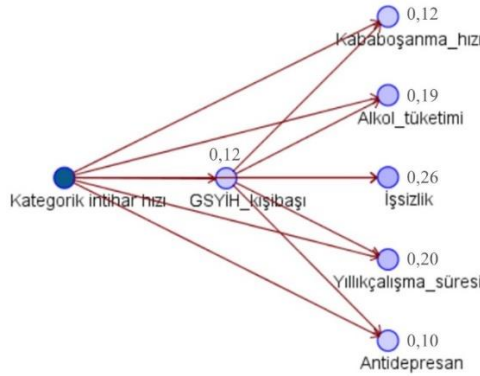
Bayes Ağları Sonuçları

SPSS IBM Modeller ile intihar hızı değeri Bayes Ağları ile tahmin edilmiştir. Bayes Ağlarından, TAN ve Markov Blanket ağ yapılarının vermiş oldukları genel doğruluk oranları Tablo 8'de verilmiştir.

TAN	0,8378
Markov Blanket	0,7838

Tablo 8. Bayes Ağları ile Elde Edilen Genel Doğruluk Oranları

TAN ağ yapısı en yüksek doğruluk oranını verdiği için intihar hızı ile ilgili yorumlar bu ağ yapısı üzerinden yapılacaktır. Şekil 3'te TAN ağ yapısına göre değişkenlerin önem değerleri verilmiştir. Buna göre önem düzeyi en yüksek değişken işsizlik oranıdır. Sonrasında ise sırasıyla yıllık çalışma süresi, alkol tüketimi, kaba boşanma hızı, kişi başı GSYİH ve antidepresan gelmektedir.



Şekil 3. TAN Ağ Yapısı Çıktısı

Şekil 3'te nedensellik ilişkilerine göre oluşturulmuş intihar hızı düğümü ve ilişkili düğümlerine ait ağ yapısı görülmektedir. Kişi başı GSYİH düğümü kaba boşanma hızı, alkol tüketimi, işsizlik oranı, yıllık çalışma süresi ve antidepresan düğümlerinin ebeveyn düğümüken GSYİH aynı zamanda intihar hızının çocuk düğümüdür. Bu ağ yapısına göre hesaplanan koşullu olasılıklar aşağıda verilmiştir.

Ebeveyn Düğüm	Çocuk Düğüm			
	Kişi Başı GSYİH			
Kategorik İntihar Hızı	≤35.313,89	>35.313,89- ≤52.189,74	>52.189,74- ≤77.503,51	≥77.503,51
1=Düşük	0,46	0,46	0,08	0,00
2=Orta	0,15	0,62	0,15	0,08
3=Yüksek	0,64	0,27	0,09	0,00

Tablo 9. Kişi Başı GSYİH Düğümü Hesaplanan Koşullu Olasılıklar

Tablo 9'da kişi başı GSYİH düğümüne ait koşullu olasılıklar yer almaktadır. Düşük intihar hızına sahip olan ülkelerin kişi başı GSYİH'sinin 35.313,89\$' dan az olması olasılığı %46'dır. Orta düzeyde intihar hızına sahip olan ülkelerin kişi başı GSYİH'sinin 35.313,90\$ ile 52.189,74\$ arasında olması olasılığı %62'dir. Yüksek intihar hızına sahip ülkelerin GSYİH'sinin 35.313,89\$'dan az olması olasılığı %64'tür.

Ebeveyn Düğümler	Kişi Başı GSYİH	Kategorik İntihar Hızı	Çocuk Düğüm			
			İşsizlik Oranları			
			≤7,7	7,7-≤12	12-≤18,45	>18,45
≤35.313,89	1=Düşük		0,17	0,33	0,17	0,33
≤35.313,89	2=Orta		1,00	0,00	0,00	0,00
≤35.313,89	3=Yüksek		0,57	0,43	0,00	0,00
>35.313,89-≤52.189,74	1=Düşük		0,83	0,17	0,00	0,00
>35.313,89-≤52.189,74	2=Orta		0,75	0,25	0,00	0,00
>35.313,89-≤52.189,74	3=Yüksek		0,67	0,33	0,00	0,00
>52.189,74-≤77.503,51	1=Düşük		0,00	1,00	0,00	0,00
>52.189,74-≤77.503,51	2=Orta		1,00	0,00	0,00	0,00
>52.189,74-≤77.503,51	3=Yüksek		1,00	0,00	0,00	0,00
>77.503,51	2=Orta		1,00	0,00	0,00	0,00

Tablo 10. İşsizlik Oranları Değişkeni için Hesaplanan Koşullu Olasılıklar

Tablo 10 incelendiğinde kişi başı GSYİH'sı 35.313,89\$'dan az ve intihar hızının orta düzeyde olduğu ülkelerde, işsizlik oranının 7,7'den daha az olması olasılığı %100'dür. Kişi başı GSYİH'sı 52.189,74\$'dan fazla olup 77.503,51\$'dan küçük olan ve intihar hızı oranının yüksek olduğu ülkelerde işsizlik oranının 7,7'den küçük olması olasılığı %100'dür.

Ebeveyn Dügümler		Çocuk Dügüm				
Kişi Başı GSYİH	Kategorik İntihar Hızı	Antidepresan Kullanımı (Doz)				
		≤35,7	>35,7-≤59,2	>59,2-≤82,6	>82,6-≤106,1	>106,1
≤35.313,89	1=Düşük	0,0	0,5	0,3	0,1	0,0
≤35.313,89	2=Orta	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
≤35.313,89	3=Yüksek	0,4	0,4	0,1	0,0	0,0
>35.313,89-≤52.189,74	1=Düşük	0,0	0,6	0,1	0,1	0,0
>35.313,89-≤52.189,74	2=Orta	0,0	0,1	0,3	0,3	0,1
>35.313,89-≤52.189,74	3=Yüksek	0,3	0,0	0,6	0,0	0,0
>52.189,74-≤77.503,51	1=Düşük	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
>52.189,74-≤77.503,51	2=Orta	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
>52.189,74-≤77.503,51	3=Yüksek	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0
>77.503,51	2=Orta	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0

Tablo 11. Antidepresan Değişkeni için Hesaplanan Koşullu Olasılıklar

Tablo 11'e bakıldığında kişi başı GSYİH'sı 52.189,74\$'dan fazla, 77.503,51\$'e eşit veya az olan ve intihar hızı yüksek olan ülke vatandaşlarının antidepresan kullanımının 106,1'den büyük olma olasılığı %100'dür. Kişi başı GSYİH'sı 52.189,74\$'dan fazla, 77.503,51\$'e eşit veya fazla olan ve intihar hızı düşük olan ülke vatandaşlarının antidepresan kullanım oranının 35,7<antidepresan kullanımı (doz) ≤59,2 arasında olması olasılığı %100'dür.

Tartışma ve Sonuç

Dünya genelinde son yıllarda artışı dikkat çeken intihar vakalarının incelenmesini konu alan bu çalışmada; OECD ülkelerinden elde edilen intihar ve intihar ile ilişkili değişkenler arasındaki ilişki veri madenciliği teknikleri ile incelenmiştir. İnceleme yapılırken veri madenciliği yöntemlerinden Karar Ağaçları ve Bayes Ağları kullanılmıştır. Her algoritmanın en yüksek doğru sınıflandırmayı verdiği değerler üzerinden farklı yorumlar elde edilmiştir.

Karar Ağacı ve Bayes Ağları algoritmaları kullanılarak yürütülen bu çalışmada tüm değişkenlerin intihar hızı ile ilişkili olduğu saptanmıştır. İntihar ile ilişkili değişkenlerin belirlenmesine yönelik yürütülen ve veri madenciliği tekniklerinden farklı tekniklerin kullanıldığı çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiş olup; kişi başı GSYİH, işsizlik, alkol tüketimi, yıllık çalışma süresi, boşanma hızı ve antidepresan kullanımı değişkenlerinin intihar hızı değişkeni ile ilişkili ve üzerinde etkili olduğu bulunmuştur (Okada & Samreth, 2013; Kamat vd., 2014; Laanani vd., 2015; Khazaei vd., 2017; Demirci, Konca, Yetim, & İlgün, 2019).

Bu çalışmayı diğer çalışmalardan farklı kılan yön veri madenciliği tekniklerinden olan Karar Ağaçları ve Bayes Ağların kullanılmasıdır. Bu teknikler sayesinde OECD ülkelerinin karar kuralları ve koşullu olasılıkları geliştirilmiş, intihar hızı değişkeni ile ilişkili değişkenler belirlenmiş ve belirlenen değişkenler ile OECD ülkelerinin intihar açısından risk profilleri/özellikleri ortaya çıkarılmıştır. Bu profillerin/özelliklerin belirlenmesi OECD ülkelerinin intihara yönelik alacakları önlemlerde ve geliştirecekleri sağlık ve sosyal politikalarda yardımcı olabilecektir.

Sonuç itibarıyla yürütülen bu çalışmanın, yöntem bakımından ilk çalışmalardan olması sebebiyle ortaya çıkan sonuçların literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu konu üzerinde gelecekte yürütülecek çalışmalarda ülkeler özelinde veri madenciliği yöntemlerinin kullanılması önerilmektedir. Bu sayede ülkelere özgü sorunların tespiti sağlanabilecek ve benzer şekilde ülkelere özgü önlemlerin geliştirilmesine imkan verebilecektir. Son olarak intihar üzerinde yürütülecek çalışmalarda, bu çalışmada yer alan değişkenlerden farklı sosyal, ekonomik ve demografik değişkenlerin de etkisinin değerlendirilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

AKMAN, M., GENÇ, Y., & ANKARALI, H. (2011). Random Forests Yöntemi ve Sağlık Alanında Bir Uygulama. *Türkiye Klinikleri Biyoistatistik*, 3(1), 36-48.

AKPINAR, H. (2000). Veri tabanlarında bilgi keşfi ve veri madenciliği. *İÜ İşletme Fakültesi Dergisi*, 29(1), 1-22.

ALTUNKAYNAK, B. (2017). *Veri Madenciliği Yöntemleri ve R Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

AMINI, P., AHMADINIA, H., POOROLAJAL, J., & AMIRI, M. M. (2016). Evaluating the high risk groups for suicide: a comparison of logistic regression, support vector machine, decision tree and artificial neural network. *Iranian journal of public health*, 45(9), 1179-1187.

ANDRÉS, A. R., HALICIOGLU, F. & YAMAMURA, E. (2011). Socio-economic determinants of suicide in Japan. *The Journal of Socio-Economics*, 40(6), 723-731.

BACA-GARCIA, E., PEREZ-RODRIGUEZ, M. M., SAIZ-GONZALEZ, D., BASURTE-VILLAMOR, I., SAIZ-RUIZ, J., LEIVA-MURILLO, J. M., ... & DE LEON, J. (2007). Variables associated with familial suicide attempts in a sample of suicide attempters. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 31(6), 1312-1316.

BAE, S. M., LEE, S. A., & LEE, S. H. (2015). Prediction by data mining, of suicide attempts in Korean adolescents: a national study. *Neuropsychiatric disease and treatment*, 11, 2367-2375.

BARTH, A., SÖGNER, L., GNAMBS, T., KUNDI, M., REINER, A. & WINKER, R. (2011). Socioeconomic factors and suicide: an analysis of 18 industrialized countries for the years 1983 through 2007. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 53(3), 313-317.

BAZILA BANU, A., & THIRUMALAIKOLUNDUSUBRAMANIAN, P. (2018). Comparison of Bayes classifiers for breast cancer classification. *Asian Pacific journal of cancer prevention: APJCP*, 19(10), 2917-2920.

BEN-GAL, I. (2007). Bayesian Network. *Encyclopedia of Statistics in Quality & Reliability*. Wiley & Sons.

BERROUIGUET, S., BILLOT, R., LARSEN, M. E., LOPEZ-CASTROMAN, J., JAUSSENT, I., WALTER, M., ... & COURTET, P. (2019). An approach for data mining of electronic health record data for suicide risk management: database analysis for clinical decision support. *JMIR mental health*, 6(5), 1-11.

CHENG, J. & GREINER, R. (2001). *Learning bayesian belief network classifiers: Algorithms and system*. Conference of the Canadian Society for Computational Studies of Intelligence. Berlin: Springer.

ÇALIŞ, A., DURMAZ, K. İ. & GENCER, C. Uçak Seferlerindeki Rötarlari Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 18. EYİ Özel Sayısı, 179-190.

ÇALIŞ, A., KAYAPINAR, S. & ÇETİNYOKUŞ, T. (2014). Veri Madenciliğinde Karar Ağacı Algoritmaları ile Bilgisayar ve İnternet Güvenliği Üzerine Bir Uygulama. *Endüstri Mühendisliği*, 25(3), 2-19

ÇINICIOĞLU, E. N., ATALAY, M. & YORULMAZ, H. (2013). Trafik kazaları analizi için bayes ağları modeli. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 6(2), 41.

DEMIRCI, Ş., KONCA, M., YETİM, B. & İLGÜN, G. (2019). Effect of economic crisis on suicide cases: An ARDL bounds testing approach. *International Journal of Social Psychiatry*, 66(1), 34-40.

DOGAN, S. & TURKOGLU, I. (2008). Iron-deficiency anemia detection from hematology parameters by using decision trees. *International Journal of Science & Technology*, 3(1), 85-92.

DOGRU, N., & SUBASI, A. (2018). *Traffic accident detection using random forest classifier*. 15th learning and technology conference. IEEE.

DURKHEIM, E. (2005). *Suicide: A study in sociology*. Routledge.

IBM. (2020). *Random Forest*. Erişim Tarihi: 09.12.2021, <https://www.ibm.com/cloud/learn/random-forest>

IBM. (2021). Predictor Importance. Erişim Tarihi: 09.12.2021, https://www.ibm.com/docs/en/spss-modeler/18.1.0?topic=SS3RA7_18.1.0/modeler_mainhelp_client_ddita/clementine/idh_common_predictor_importance.html

ILGEN, M. A., DOWNING, K., ZIVIN, K., HOGGATT, K. J., KIM, H. M., GANOCZY, D., ... & VALENSTEIN, M. (2009). Exploratory data mining analysis identifying subgroups of patients with depression who are at high risk for suicide. *The Journal of clinical psychiatry*, 70(11), 1495-1500.

KAMAT, M. A., EDGAR, L., NIBLOCK, P., MCDOWELL, C. & KELLY, C. B. (2014). Association between antidepressant prescribing and suicide rates in OECD countries: an ecological study. *Pharmacopsychiatry*, 47(1), 18-21.

KHAZAEI, S., ARMANMEHR, V., NEMATOLLAHI, S., REZAEIAN, S. & KHAZAEI, S. (2017). Suicide rate in relation to the Human Development Index and other health related factors: A global ecological study from 91 countries. *Journal of Epidemiology and Global Health*, 7(2), 131-134.

KOYUNCUGİL, A. & ÖZGÜLBAŞ, N. (2009). Veri madenciliği: Tıp ve sağlık hizmetlerinde kullanımı ve uygulamaları. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 2(2).

KUHN, M. & JOHNSON, K. (2013). *Applied predictive modeling*. New York: Springer.

LAANANI, M., GHOSN, W., JOUGLA, E. & REY, G. (2015). Impact of unemployment variations on suicide mortality in Western European countries (2000–2010). *Journal of Epidemiology and Community Health*, 69(2), 103-109.

OKADA, K. & SAMRETH, S. (2013). A study on the socio-economic determinants of suicide: Evidence from 13 European OECD countries. *The Journal of Socio-Economics*, 45, 78-85.

PIOTROWSKI, N. A. & HARTMANN, P. M. (2019). *Suicide*. Magill's Medical Guide (Online Edition).

RATNER, B. (1998). CHAID for interpreting a logistic regression model. *Journal of Targeting Measurement and Analysis For Marketing*, 6, 215-226.

RYGIELSKI, C., WANG, J.-C. & YEN, D. C. (2002). Data Mining Techniques for Customer Relationship Management. *Technology in Society*, 24(4), 483-502.

SAVAŞ, S., TOPALOĞLU, N. & YILMAZ, M. (2012). Veri madenciliği ve Türkiye'deki uygulama örnekleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 11(21), 1-23.

SMITA, SHARMA, P. (2014). Use of data mining in various field: A survey paper. *IOSR Journal of Computer Engineering*, 16(3), 18-21.

SEYREK, İ. H. & ATA, H. A. (2010). Veri Zarflama Analizi ve Veri Madenciliği ile Mevduat Bankalarında Etkinlik Ölçümü. *Journal of BRSA Banking & Financial Markets*, 4(2).

SHI, G. (2013). *Data mining and knowledge discovery for geoscientists*. Elsevier.

STACK, S. (1990). New micro-level data on the impact of divorce on suicide, 1959-1980: A test of two theories. *Journal of Marriage and the Family*, 119-127.

TURE, M., TOKATLI, F. & KURT, I. (2009). Using Kaplan–Meier analysis together with decision tree methods (C&RT, CHAID, QUEST, C4. 5 and ID3) in determining recurrence-free survival of breast cancer patients. *Expert Systems with Applications*, 36(2), 2017-2026.

U.S. MISSION TO THE ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION & DEVELOPMENT. (2019). *What is the OECD?*. Erişim Tarihi: 04.01.2020, <https://usoecd.usmission.gov/our-relationship/about-the-oecd/>

WORLD HEALTH ORGANIZATION. (2018). *Suicide*. Erişim Tarihi: 04.01.2020, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/suicide>

WU, X., KUMAR, V., QUINLAN, J. R., GHOSH, J., YANG, Q., MOTODA, H., ... & STEINBERG, D. (2008). Top 10 algorithms in data mining. *Knowledge and information systems*, 14(1), 1-37.

ZAKI, M. J., MEIRA JR, W. & MEIRA, W. (2014). *Data mining and analysis: fundamental concepts and algorithms*. Cambridge University Press.

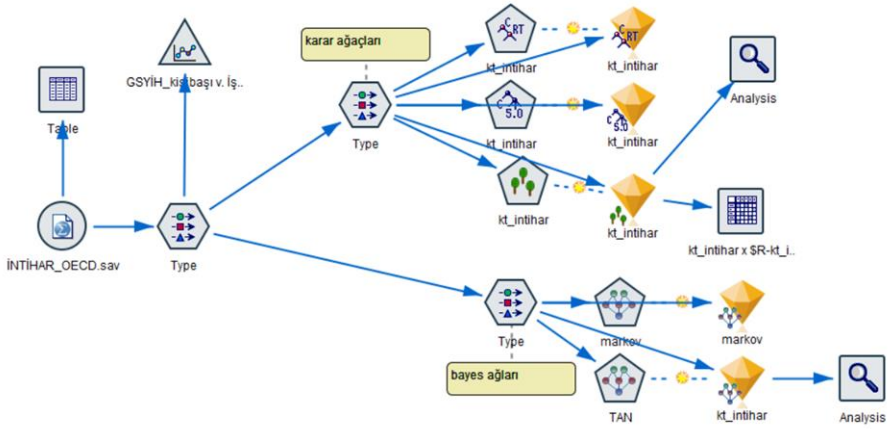
Summary

Throughout human history, suicides have occurred at different rates in the societies, countries and groups. Suicide is not only a problem with society and mental health, it also has an economic and cultural aspect. Individuals deliberately end their own lives by attempting suicide. Suicides usually occur as a result of a psychological disorder. However, the person sometimes commits suicide due to life-threatening physical ailments, stress, drug use, economic problems, and family problems. In studies, it was determined that conditions such as the level of development of countries, unemployment, alcohol consumption, living alone/divorce, antidepressant use, gender and psychological diseases were associated with suicidal behavior. In the light of this information, it is aimed to determine the impact of GDP per capita, unemployment, alcohol consumption, annual working time, divorce and antidepressant use on suicide of the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) member states. In this study, classification methods of data mining were used because the effect of independent variables on the dependent variable was estimated. Among the data mining techniques, we used the algorithms giving the highest correct classification rates. According to the C5.0 algorithm, unemployment was the most important independent variable for estimating suicide rate. One of the decision rules created according to the C5.0 algorithm is as follows. If an OECD country has a moderate suicide rate (between 10 > and ≤13.1), its GDP per capita is expected to be more than \$48208.05, the unemployment rate is 9.65% or less, the annual working time is more than 1447.5 hours, and the divorce rate per 1,000 people per year is expected to be 3 and less. The decision rules created with Random Forest are as follows. OECD countries with an antidepressant dose of 65.0 and less per 1,000 people, unemployment rate greater than 5.0%, GDP per capita of \$35054.49 and less, and alcohol consumption of more than 10.4 liters, are expected to have a high suicide rate. The conditional probabilities created with the TAN network structure are as follows. Countries with high suicide rates have a 64% probability that their GDP is less than \$35,313.89. According to the data mining techniques used in the study, it was determined that all variables are effective variables in estimating suicide rate. In this study,

decision rules and conditional probabilities of OECD countries were improved and suicide risk groups were identified with indicators at the national level. Identifying these groups will be able to show which groups OECD countries will target in the measures they will take on suicide and in the health and social policies they will develop.

Ek-1.

IBM Modeler Programı ile Veri Madenciliği Teknikleri Uygulama Akışı



Yeni Dünya Dzeninde Geleneksel Pazarlama ve Online (Dijital) Pazarlamanın Karşılaştırması: Z Kuşağı Etkisi

Sinem EYİCE BAŞEV*

Öz

Yeni nesil tüketici davranışı olgusunu oluşturan Z kuşağı, çevrimiçi ortamlarda birden fazla davranışı aynı anda gösteren ve kendine özgü davranışları nedeniyle pazarlamacılara ve reklamcılara zorluklar sunan dijital yerlilerdir. Bu nedenle, Z kuşağı tüketicilerinin çevrimiçi ortamlarda gezinirken satın alma davranışlarına yönelik stratejilerin hedefinde online (dijital) pazarlama ve iletişim stratejilerinin etkili olduğu görölmektedir. Bu bağlamdan yola çıkılarak araştırmanın amacı, yeni dünya dzeninde geleneksel ve online/dijital pazarlamanın Z kuşağının etkisine ilişkin katılımcı görüşlerinin incelenmesidir. Araştırmanın amacına yönelik olarak, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubu 18 yaş ve üstü gönüllü 14 katılımcıdan oluşmuştur. Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcılarla COVID-19 pandemisi nedeniyle Google Meet üzerinden yapılmıştır. Araştırmanın veri toplama aracı olarak araştırmanın çalışma grubunun demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 3 soru ve yeni dünya dzeninde geleneksel ve online/dijital pazarlamanın Z kuşağının etkisine ilişkin görüşlerinin belirlenmesine yönelik 25 yarı yapılandırılmış açık uçlu sorudan oluşan görüşme formu kullanılmıştır. Veriler MAXQDA 2018 Programı ile betimsel analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarının ilgili alanyazına katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Dijital Pazarlama Stratejisi, Online Pazarlama, Yeni Dünya Dzeni, Z Kuşağı

Comparison of Traditional Marketing and Online (Digital) Marketing in the New World Order: The Generation Z Effect

Abstract

Generation Z, also known as the next-generation consumer behavior phenomena, are digital natives that exhibit different behaviors in online environments at the same time, posing challenges to marketers and advertisers. As a result, it is clear that online (digital) marketing and communication methods are effective in influencing Generation Z consumers' purchase behavior while surfing the web. The study's goal is to evaluate participant perspectives on the impact of Generation Z on traditional and online/digital



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 17.06.2021

Kabul/Accepted: 15.01.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/iguşbd.952731>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, İstanbul, Türkiye. E-posta: seyice@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8936-1985>

marketing in the new world order, based on this context. The case study was used as one of the qualitative research approaches in this study. The study's study group comprised 14 participants who were at 18 years or older. Due to the COVID-19 pandemic, it was conducted via Google Meet with the study participants. The interview form, which had three questions to determine the demographic features of the study group and 25 semi-structured open-ended questions to determine the perspectives on the effect of generation Z on traditional and online/digital marketing in the new world order, was used as the research's data collection tool. The data were analyzed using the descriptive analysis technique with the MAXQDA 2018 Program. It is thought that the results of the research will contribute to the related literature.

Keywords: Digital Marketing, Strategy of Digital Marketing, Online Marketing, New World Order, Z Generation

Giriş

Dijital dnyadaki dnşmler, tm pazarlamayı ve iş yapış şekillerini yeniden şekillendirmektedir. Bu köklü değişimin farkında olarak bugünün ve yarının trendlerine hazır olmak için firmalar, stratejik işletme yönetimini ve pazarlama faaliyetlerini bu yeni altyapı ve araçlara göre şekillendirilmelidir (Agarwal vd., 2011:1057). İşin teknik ve operasyonel kısmında mühendisler, programcılar, kodlamacılar ve diğer uzmanlar yer alırken bu değişimi dizayn etmek ve hedef kitleye aktarıp anlatmak konusunda pazarlamacılara daha fazla ihtiyaç vardır. Arttırmak, müşterileri elde etmek ve tutmak, markaları desteklemek, müşteri tercihlerini inşa etmek süreci olarak tanımlanmaktadır (Financial Times, lexicon.ft.com). Aynı şekilde American Pazarlama Birliği'nin (AMA) tanımına göre de, dijital pazarlama, müşteriler diğer paydaşlar için değer yaratmak ve onlarla iletişim kurmak için dijital teknolojiler tarafından yönetilen süreçler, durumlar ve faaliyetler olarak görülmektedir (AMA, 2021).

Dijital dönüşüm sadece teknolojiyle alakası olan birimleri değil, satışlardan pazarlamaya kadar, insan kaynaklarından müşteri ilişkilerine, her departman bu yeni dünyayı anlamlı ve onun doğrultusunda değişiklikler yapmalıdır. Örneğin, insan kaynakları çalışanı profili değişti, yeni nesil baskıdan hoşlanmıyor, uzaktan iş yapabilen şirketleri tercih ediyorlar ve tam anlamı ile anlaşılacak niyetindedir (Simoes ve Gouveia, 2008:118).

Dijital pazarlama sadece internette pazarlama, elektronik posta ile pazarlama, viral veya online teknikleri kullanma ile sınırlanmamaktadır. Bunun anlamı; TV ticari reklamlarına web site adresini eklemek ya da tüketicilere mesaj atmak, sosyal medyada ürün satış yapmak demek değildir (Batra ve Keller, 2016: 124). nemli olan şu ki, tüm pazarlama faaliyetlerinde en iyi uygulamayı bu ve tüm diğer araç ve yöntemleri kullanarak geliştirmektedir. Dijital ağlar, müşterilerinin televizyonları, akıllı telefonları ve oyun konsollarından bilgisayarlarına bağlanmaya başlamaktadır (Haenlein, 2013:238).

İşletmeler, şirketleri, tedarikçileri ve müşterileri arasındaki serbest bilgi akışının faydalarını sağlayan en yüksek sınırdaki karı hedeflemektedirler. Geçmiş on yıllarda firmalar, dijital ağlar aracılığıyla bu yeni dijital kanalları, iletişim ve müşterilerine satış yapmak için kullanmaktaydılar (Danaher ve Dagger, 2013: 520). Geleneksel pazarlama ilkelerinin değiştirilmesi gerekmektedir. şirketten dağıtım kanalları yoluyla müşterilere ulaşmak yolu değişmektedir. şimdiki dijital evre ile karşılaştırıldığında, dijital televizyonlar interaktifdir, izleyiciler seçtikleri programları durdurabilir ya da yeniden başlatabilir, aynı zamanda elektronik postalarını kontrol edebilir ve banka hesaplarına ulaşabilirler (Alan ve diğerleri, 2018: 434). Artık TV, internet ağı, oyunlar, elektronik pota

ve telefonlar, müzik ve videolar kişilerin evlerinin her hangi bir yerinden istedikleri gibi ulaşabildikleri bir sisteme kavuşmuştur (Belk, 2013: 477). Ve her bir adımda pazarlamacılara izin vermek ya da vermemek ve istediği firma ile iletişim kurmak veya takip etmek seçeneğine sahiptirler. Dijital tüketiciler, ihtiyaçları olan tüm bilgiye şirketlerin onlara sattıklarından ziyade diğer müşterilerden veya onların ağlarındaki kişilerden ulaşabilir durumdadır (Bulunmaz, 2016).

Yeni nesil tüketicilerin davranışı olgusunu oluşturan Z kuşağının doğdukları andan itibaren düzenli etkileşim içinde olmaları bu kuşağın bireylerinin dijital terminolojiye daha aşına olmalarını yükseltmektedir. Bu durum Z kuşağının bilgisayar programcılığına veya yazılım alanlarına dair içgüdüsel olarak bilgi sahibi olacağı anlamına gelmemektedir. Ancak teknolojiyle erken yaşta tanışmaları nedeniyle, dijital yerli olarak adlandırılan Z kuşağını oluşturan bireyler dünyayla benzersiz bir şekilde etkileşime girmektedirler. Bunun sonucu olarak geleneksel öğrenmenin ve topluma katılımın temelini oluşturan temel görevleri yerine getirmeleri için teknolojiyi kullanmaya alışmışlardır (The Pew Research Center, 2018). Bu nedenle yapılan araştırmalar sonucunda, bu kuşağın yeleri olan dijital yerlilerin, dijital pazarlama iletişimi ve reklamcılık söz konusu olduğunda çok kısa bir dikkat süresine sahip olduğu bilinmektedir (Nielsen, 2017). Sonuç olarak, pazarlamacılar Z Kuşağının tüketicilerle rekabet etmektedirler (Husain ve diğerleri, 2016).

Dijital pazarlamada Radyo/TV ile yayın ve doğrudan medya kanalları arasındaki farklar yeniden tanımlanmaktadır. Müşteri bilgisi yavaş ve pahalı olmayı değil gerçek zamanda saptanıp ele geirilmeyi gerektirmektedir. Pazar bölümlendirme analizi iletişime anında tepki verenlerin beklentilerine dayanarak gerçekleştirilebilir. Dijital pazarlamacıların yeni becerilere değil, yeni düşünce sistemlerine ihtiyaç vardır (Daradkeh vd., 2018: 89).

Bu bağlamdan yola çıkılarak araştırmanın amacı, yeni dünya düzeninde geleneksel ve online/dijital pazarlamanın Z kuşağının etkisine ilişkin katılımcı görüşlerinin incelenmesidir. Araştırmanın hem ilgili alanyazın hem de pazarlama sektörü için önemli olduğu düşünülmektedir.

Online (Dijital) Pazarlama ve Unsurları

Online (dijital) pazarlama alan ve kapsam açısından oldukça geniş bir literatürü kapsamaktadır. Firmaların tek bir konu üzerine yoğunlaşması (rneğin dijital reklam yapma gibi) ya da bunun sadece BT (bilişim teknolojileri) departmanlarının sorumluluğu olarak görülmesi anlamını taşımamaktadır (Dodson, 2016:21). Sadece dijital altyapı ve araçlarını entegre ederek veya bir web sayfası ve elektronik satış kanalı sahibi olarak bu işi gerçekleştirdiklerini ifade etmek zordur (Goldfarb ve Tucker, 2011: 313). Bir pazarlama planı içerisinde yer alan stratejik işi süreçlerini analiz edilmesi, pazar boşluk ve fırsatlarına ya da işletmenin uzmanlığına bağlı olarak uygulamaya geçmesi ve sürekli kontrol/ değerleme ile sonuçlarını incelemesi gerekmektedir (Spann ve Tellis, 2006:67). Firmaların değerrişken olan teknolojiye uyumlu hale getirilmiş ve takip edilen otomasyon sistemleri kullanarak hedef kitlesine ve bulunduğu pazarın koşullarına göre pazarlama stratejisi geliştirmesi gerekmektedir. Ve bu strateji pazarın hedeflenip, araştırmaların yapılıp, pazarlama karması elemanlarının yönetilmesindeki her aşamada uygulanması ve mutlaka denetlenmesi ve yenilenmesi gerekmektedir. Yani yeni tüketicinin gereksinimlerine göre şekillendirilmektedir (Berman ve Katona, 2013: 645; Li ve Kannan, 2014: 42).

Dijital pazarlama çevresi, işletmeleri idare etmeyi ve pazarlarında yer alan diğer işletmeler ve müşterileri ile nasıl ilişki kuracağım içerir. Her firma pazarlama çevresinde tek bir alana sahiptir. Dijital pazarlama çevresi iki temel faktörü kapsar (Chaffey ve

Chadwick; 2016: 121): (1) Mikro vre: İşletmenin paydaşları ve onların faaliyetleri pazarda nasıl bir organizasyon olduğunu etkiler (2) Makro vre: Pazarda bütün işletmelerin faaliyetlerini doğrudan etkileyen sosyal, teknolojik, ekonomik, politik, yasal ve ekolojik bir vredir.

Dijital teknolojiler vreyi tekrar eden bir şekilde değiştirmektedir. Bu vre, rakipler, içerik oluşturma ve işbirliklerden oluşmaktadır. Bu vre yapısını da tüketiciler, sosyal medyadaki değişimler, vrimei medyadaki tüketiciden tüketicie yönelik pazarlama hareketleri, ağızdan ağıza pazarlama, vrimei görülme ve izlenme oranları, dijital platformların etkisi (yapay zeka gibi), tüketiciler ve satıcı arasındaki iletişime dayanan iki taraflı pazarlar, arama motorlarında rekabet etme ve doğru içerik hareketleri oluşturma faaliyetleri belirlemektedir (Dodson, 2016: 42; Alan vd., 2018: 500).

Dijital pazarlamayı oluşturmak için dijital teknolojilerden etkilenen diğer taraftır. Dijital vre ve rekabet koşullarına göre pazarlama amacı (kısa sürede çok büyük bir hedef kitleye ulaşmak ya da niş pazarda büyük oyuncu olmak gibi) belirleyen ilgili firma buna göre, pazar araştırması yaparak ürün fiyat tutundurma dağıtım ve yeni 5P olan güven karması unsurlarını geliştirmesi gerekmektedir (Batra ve Keller, 2016: 126).

Dijital Pazarlama Stratejisinin Geliştirilmesi ve Dijital Pazarlama Karması

Bir işletmeye bu alanda tutarlı bir yönlendirme sağlamak için dijital pazarlama stratejisine ihtiyaç vardır. vrimei pazarlama aktiviteleri, diğer pazarlama faaliyetleri ile entegre olacak şekilde ve genel iş hedeflerini desteklemelidir. Dijital pazarlama stratejisinin geleneksel pazarlama stratejilerindeki tipik amaçlar ile birçok benzerliği vardır. Bu amaçların gerçekleştirilmesi ilk adım olacaktır (Klein ve Ford, 2002:100;Chaffey ve Chadwick: 2016:184).

- Dijital pazarlama faaliyetlerine bir gelecek yönü sağlamak,
- İşletmenin dış vresi, i kaynakları ve stratejisi konusunda bilgilendirecek yetenekleri ve araştırmayı sağlamak,
- Pazarlama hedeflerini destekleyen dijital pazarlama hedeflerini tanımlamak,
- Dijital pazarlama hedeflerine ulaşmak ve sürdürülebilir farklı rekabet avantajı yaratmak için stratejik seçeneklerin seçimi,
- Tipik pazarlama stratejisi seçeneklerini oluşturmak için strateji formülasyonu dahil hedef pazarların belirlenmesi, pazarlama karmasının spesifikasyonu ve konumlandırılması,
- İşletmenin hangi stratejileri takip edemeyeceğini ve hangi pazarlama taktiklerini uygulamak için uygun olmadığını belirlemek,
- Kaynakların nasıl dağıtılacağını ve örgütün stratejiye ulaşmak için nasıl yapılandırılacağını belirtmek,
- Dijital pazarlama stratejisi işletme süreçlerinin pazarda ter alan diğer tedarikçi ve distribütörler gibi taraflarla birleşik hale getirilmesi gerekir. Maliyet azaltma ve değer zinciri verimliliği sağlanmalıdır. Üretim alanında teknoloji, müşteri hizmet süreçlerini ve geleneksel olarak emek yoğun süreçlerin verimliliğini artırmak için kullanılır.
- Gelir yaratma sağlanabilir.
- İletişim ve markalaşma faaliyeti sürekli hale getirilmelidir. Müşterilerle yakın ilişkileri geliştirmek için teknolojiyi kullanmak gibi.

Dijital pazarlama stratejisini tanımlarken hedef kitlenin ya da potansiyel alıcıların yeni tüketiciler olduğu, ve alışkanlıklarından beklentilerine ve kullandıkları yeni medya araçlarına kadar farklı bir sosyo-demografik yapıda oldukları bilinmelidir (Berman ve

Katona, 2013: 648). Bunlar dijital pazarlama stratejisinin temelini oluşturacak bileşenler, özetle, işletmenin kendi yapısım, kaynaklarının sınırını, ürün ve hizmetlerinin online ortama uygunluğunu, var olan işletme süreçlerine teknolojiyi nasıl aktaracağını belirlemesi ile başlar (Eisenbeiss vd., 2015: 388). Ardından, dijital pazardaki rekabeti ve rakiplerini tanımlaması gerekir. Müşterilerinin kim olduğunu, işletmeden tam olarak beklentileri olan hizmet ve ürünlerin niteliğinin ne olduğunu, bunu onlara nasıl sağlayacağını bilmesi gerekir (Li ve Kannan, 2014: 42). Dijital pazarlama yoluyla ulaşmak istediği sonuçlar nelerdir ve bunları nasıl yerine getirebilir işletmenin bunu aşamalandırarak ve denetleyerek devam etmesi gerekir. İşletmenin teknik detaylarla potansiyel alıcısını veya hedef kitlesini sınırlandırmaması gerekir (Ryan ve Jones, 2016:88).

İşletmenin dijital pazarlama stratejisi, dijital kanalların farklı müşteri temas noktalarında müşterileriyle doğrudan iletişim kurmak için kullanılan diğer iletişim kanallarına göre stratejik önemini belirler (Lemon ve Verhoef, 2016:70).Düşük maliyetli havayolları gibi bazı kuruluşlar, web siteleri ve e-posta pazarlaması gibi sanal kanalları, hizmet sunmak ve müşterilerle iletişim kurmak için kullanır. Diğerleri ise dijital ve evrimdişi kanalların bir karışımını (yüz yüze, telefon, cep telefonu, doğrudan posta iletişimi ve web kullanmak gibi) kullanan bir stratejiyi izleyebilir (Chaffey ve Chadwick, 2016: 189).

Dijital pazarlamada ürün veya sunulan hizmetin evrimii ortamda satılıp satılamayacağı önemlidir. rn hizmet için hangi kanalların uygun ve erişime açık olduğu bilinmelidir. Dijital ağda ürün konsepti sratlı bir değişim geçirmektedir (Alan vd., 2018: 502). Öncelikle, servis içerikli temel (ekirdek) rn yükseltmek yüksek oranda dijital hale gelmiştir, aynı sırada ürünün öz değeri dijital geliştirmelerden türeyen değer ile yükseltilmiştir (r. GPS sistemli otomobiller, sensör tabanlı kendi kendini süren teknolojiler). Özellikle yazılım, müzik video ve mesaj gibi bilgi ürünleri domaininde, Online ve mobil teknolojiler eksikliği tamamlamada anahtar roledirler (Kannan ve Li, 2017:40).

Fiyat dijital pazarlama açısından, fiyat esnekliğini, rekabetçi konumlandırmayı işin ekonomik boyutunu iyi anlamak gereklidir. Ancak esas nokta şirketin talep ettiği fiyatın potansiyel alıcılara ödemeye istekli oldukları bir fiyat olup olmadığıdır (Daradkeh vd., 2018: 31). Bu fiyat, firmanın marka değeri, evrimii değerlendirmeler (yorumlar), ürün kalitesi vb. unsurlar ile ilişkilidir. Firmanın bu ilgili unsurlara göre en uygun fiyatlandırma stratejisini iyileşmesi gerekmektedir. Elbette pazarın rekabet ve ekonomik şartlarına bağlı olarak farklı taktikler zaman içinde geliştirilebilir (Kingsnorth, 2016).

Dijital pazarlama iletişimi (tutundurma) alanında, dijital reklamcılık ve performans ilgili pazarlama iletişimi araçlarının (rneğin baniler reklam, izlenme oranları, web sitesinde kalma ve satın alma oranları gibi) etkinliğinin ölümü, kullanıcı deneyimi pazarlaması, görüntülü arama ve video sonuçlarının değerlendirilmesi gibi konuları ağırlıklı olduğunu ifade etmek mümkündür (Rogers, 2016:56). Birçok evrimii satıcı, müşterilerine ortak filtreleme veya uyarlamalı kişişelleştirme kullanılarak teklifler götürmektedir. Bunlar, ekirdek ürün (rneğin Netflix'in neri sistemi) veya kişişelleştirilmiş tanıtım gibi zenginleştirilmiş hizmetler olarak görülebilir. Sınırlı alan ve zaman içinde müşteriye ulaşma dijital iletişim kurmanın zorluklarından biridir (Zahay, 2015: 19). Dijital reklamların karşı tarafa iletilebilmesi için 100 karakter veya 1 saniyeden az bir zaman vardır. Olası her sonucun takip edilmesi mümkün değildir, devamlı gelişen kültür ve yaşam tarzı anlayışının iyi takip edilmesi gerekebilir (Dinner vd., 2014:530).

Dijital pazarlamada dağıtımın yeri çeşitli dijital kanallar ve bunların etkinliğinin belirlenerek doğru, etkin ve verimli olanın seçilmesiyle ilgilidir. Çevrimiçi kanallarda tktci davranışı, evrimii kanalların etkinliği ve evrimii kanallardaki etkileşimlerin türleri ve ayrıca yeni kanallara, çok kanallı ve tüm-kanallı konulara odaklanmak

gerekmektedir. Burada konum oldukça önemlidir, Dükkanın nerede olduğu, evrimii mağazanın kolay bulunabilir olması mağazaya gelen müşteri sayısını ve buna bağlı olan satışları doğrudan etkilemektedir. AMO (arama motoru optimizasyonu-SEO) cretli arama ve diğer müşteri edinme kanallarında yer alma, ürün ve bilgilerinin kolayca bulunması, ürünlerin stokta mevcut olması, sevkiyat ve güvenli ulaştırmanın yapılabilmesi, tüketicinin aradığını rahatça bulması ve işlem yapabilmesi önem kazanmaktadır (Bughin, 2015:56; Zahay, 2015:91; Rowan, 2012-48).

Pazarlama karması işletmelerin müşteri memnuniyetine ulaşmada kullandıkları ve mamul, fiyat, tutundurma ve dağıtım elemanlarından meydana gelen bir yöntemdir. İngilizce karşılıklarından dolayı 4P olarak isimlendirilir (product, price, promotion, place) ve dijital pazarlama için yeterli olmamaktadır. Dijital pazarlamada önemli olan bir diğer faktörde güvendir (positiveness) (Chaffey ve Chadwick, 2016: 202). Örneğin kullanıcılar internette satın alım yaparken ya da faturalarını otomatik ödemeye verirken uygun fiyat veya ödeme seçeneklerinden önce güven faktörünü kullanmaktadır. İşletmelerde güven faktörünü dikkate alarak tüketicisine bunu yansıtabilmelidir (Belk, 2013: 480). Bu amaçla ağ üzerinde haklarında dolaşan haberleri ve yorumları sürekli takip etmelidirler. Güven ve risk kavramı yeni tüketicinin de önem verdiği ve satın alım öncesinde dikkate aldığı bir faktör olarak dijital dünyanın pazarlama karmasına 5.P olarak eklenebilmelidir (Malthouse vd., 2013: 282).

Yöntem Araştırma Modeli

Araştırmanın amacına yönelik olarak, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışması, sosyal bilimler alanında çok fazla kullanılan araştırma yöntemlerinden biridir. Durum alışması, bir olay veya durumu farklı bakış aılları ile değerlendirmek ve anlamak için yapılan çalışmalardır. Farklı rollerdeki kişilerin aynı olaydaki durum ve tutumları incelenerek durum hakkında daha detaylı bilgi üretilebilmektedir (Bogdan ve Biklen, 1998).

Durum alışması modelinin en önemli özelliği; araştırmada ele alınan durumun, kişinin ya da topluluğun kendisine özgü özellikleri nedeniyle seçilmesi ve kendi bağlamı içinde ele alınmasıdır. Bu bağlamdan yola çıkarak durum çalışması; özel bir kişi, topluluk veya olayı incelemek için araştırmanın çalışma grubu olarak belirlenen katılımcıların tutum ya da davranışlarını ortaya çıkarmak ve bu özellik veya davranışların sistematik biçimde açıklanmasıdır. Bu özelliğinden dolayı durum çalışması; fenomenoloji, etnografik araştırma ve gömülü teori araştırması gibi bir nitel araştırma yöntemi olarak nitelendirilmektedir (Johnson ve Christensen, 2004).

Araştırmanın amacı kapsamında yeni dünya düzeninde geleneksel ve online/dijital pazarlamanın Z kuşağının etkisine ilişkin katılımcı görüşleri aynı araştırma sorularıyla farklı durumlarda cevap arandığından durum çalışması çeşitlerinden bütüncül (oklu) vaka çalışması kullanılmıştır. Bütüncül vaka çalışması, benzer bira durumun ele alınarak sonuçların glendirilmesini ve genelleme yapılmasını sağlayan araştırma modelidir.

3.2. Araştırmanın alışma Grubu

Araştırmanın alışma grubu; Babbie (2007)'ye göre odak grup görüşmelerinde genel tketic igrsn almak amacıyla yapılan araştırmalarda en 12 katılımcının görüşünü alınması gerektiğini belirttiğinden 18 yaş ve üstü 14 gönüllü katılımcıdan oluşmuştur. Araştırmanın alışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden benzeşik örnekleme ile belirlenmiştir. Benzeşik örneklemede birbirine benzer birey, grup, olay

veya kurumların detaylı bir şekilde incelenmek istendiği durumlarda kullanılır ve genellikle benzer bireyleri içeren bir alt grubun oluşturulması tercih edilir (Patton, 2002). Bir diğer deyişle örnekleme seçilen katılımcıların ortak özelliği bulunmakta ve bu özelliğe sahip olmayan katılımcılar örnekleme dahil edilmemektedir (Yıldırım ve şimşek, 2018). Araştırmanın alışma grubunu oluşturan katılımcıların Z kuşağını temsil eden 18 yaş ve üstü bireyler olmasındır.

Araştırmanın alışma grubunu oluşturan katılımcılardan kadın olanlar K1, K2 ,... K17; erkek olanlar ise E1, E2, ..., E7 şeklinde belirtilmiştir. Araştırmanın alışma grubunu oluşturan katılımcıların demografik zellikleri Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmanın alışma Grubunun Demografik zellikleri

Demografik zellikler		Frekans (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	7	%50
	Erkek	7	%50
Yaş	18 Yaş	2	%14,28
	19 Yaş	5	%35,71
	20 Yaş	5	%35,71
	21 Yaş	1	%7,14
	22 Yaş	1	%7,14
Eğitim Durumu	niversite	14	%100
Toplam		14	%100

Veri Toplama Aracı

Araştırmanın veri toplama aracı olarak yeni dünya düzeninde geleneksel ve online/dijital pazarlamanın Z kuşağının etkisine ilişkin görüşlerinin ele alındığı görüşme sorularının belirlenmesi ile ilgili alanyazın taraması yapılmış ve ayrıca alan uzmanlarının da görüşleri alınarak gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın veri toplama aracı olarak araştırmanın çalışma grubunun demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, eğitim durumu) belirlemeye yönelik 3 soru ve yeni dünya düzeninde geleneksel ve online/dijital pazarlamanın Z kuşağının etkisine ilişkin görüşlerinin belirlenmesine yönelik 25 yarı yapılandırılmış açık uçlu sorudan oluşan görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma kapsamında sorulan yarı yapılandırılmış açık uçlu sorular aşağıda verilmiştir:

1. Mail adresi kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız ne sıklıkta kullanıyorsunuz?
2. ye olduğunuz ya da satın aldığınız ürünlerin reklamları mail yoluyla size yollanıyor mu? (*Mail adresi kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız ne sıklıkta kullanıyorsunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yöneltilmiştir.*)
3. Mail reklamlarını açık okur musunuz? Yoksa direk siler misiniz? (*ye olduğunuz ya da satın aldığınız ürünlerin reklamları mail yoluyla size yollanıyor mu? Hayır şeklinde cevap veren kişilere bu soru yöneltilmiştir.*)
4. Dergi ya da gazete alıyor musunuz? Ne sıklıkta satın alıyorsunuz?
5. Satın almış olduğunuz dergi ya da gazetelerde yayınlanan reklamlar ilginizi çeker mi? Okur musunuz? Aklınızda kalan var mı? (*Dergi ya da gazete alıyor musunuz? Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yöneltilmiştir.*)
6. Dergi ya da gazete satın almama sebepleriniz nelerdir? (*Dergi ya da gazete alıyor musunuz? Hayır şeklinde cevap veren kişilere bu soru yöneltilmiştir.*)
7. Radyo dinler misiniz? Hangi sıklıkta?
8. Radyo reklamlarını dinler misiniz? Aklınızda kalır mı? (*Radyo dinler misiniz? Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yöneltilmiştir.*)
9. Radyo dinlememe sebepleriniz nelerdir? (*Radyo dinler misiniz? sorusuna Hayır şeklinde cevap veren kişilere bu soru yöneltilmiştir.*)

10. Televizyon izliyor musunuz? İzlediğiniz programları genellerseniz nelerdir?
11. Televizyon izlerken karşınıza çıkan reklamları izler misiniz? *(Televizyon izliyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
12. Televizyon reklamlarından etkilenip satın alma davranışı gösterir misiniz? *(Televizyon izliyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
13. Aklınızda kalan bir televizyon reklamı var mı? Neden? *(Televizyon izliyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
14. Televizyon izlememe sebepleriniz nelerdir? *(Televizyon izliyor musunuz? sorusuna Hayır şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
15. Sosyal medya kullanıyor musunuz? Hangileri? Ne sıklıkta?
16. Youtube reklamlarını izliyor musunuz? Yoksa mecburi reklam süresini bekleyip atlıyor musunuz? İlginizi çekerse ürünü inceleyip alışveriş yapıyor musunuz? *(Sosyal medya kullanıyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
17. Facebook reklamları tıklıyor musunuz? İlginizi çekerse ürünü inceleyip alışveriş yapıyor musunuz? *(Sosyal medya kullanıyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
18. Instagram reklamlarını tıklıyor musunuz? İlginizi çekerse ürünü inceleyip alışveriş yapıyor musunuz? *(Sosyal medya kullanıyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
19. Twitter reklamlarını tıklıyor musunuz? İlginizi çekerse ürünü inceleyip alışveriş yapıyor musunuz? *(Sosyal medya kullanıyor musunuz? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).*
20. Özellikle takip ettiğiniz ürünlerin reklamlarını sosyal medyada izler misiniz?
21. Satın almaya karar verdiğiniz, beğendiniz, kullandığınız ürünlerin reklamlarını hangi mecrada izlemeyi tercih edersiniz? Neden?
22. Z kuşağına özel olarak hazırlanmış reklamlar hakkında ne düşünüyorsunuz?
23. Aklınıza Z kuşağına hitap eden reklam geliyor mu? Geliyorsa hangisi?
24. Bu reklamı hangi mecrada izlemeyi tercih edersiniz? (Aklınıza Z kuşağına hitap eden reklam geliyor mu? sorusuna Evet şeklinde cevap veren kişilere bu soru yneltilmiştir).
25. Genel olarak geleneksel (TV, radyo, dergi vb.) ve online (dijital) pazarlama hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce hangisi etkili?

Verilerin Toplanması

Veriler odak grup görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Odak grup görüşmeleri yüz-yüze bir moderatör eşliğinde yapılan görüşmelerdir. Ancak COVID-19 pandemisi nedeniyle görüşmeler Google Meet üzerinden yapılmıştır. Ayrıca, görüşme başlamadan önce görüşmeyi yapan araştırmacı tarafından katılımcılardan sesli kayıt olarak onam alınmıştır.

Araştırmacının Rolü

Araştırmacı, çalışmanın tasarlanmasından araştırmanın gerçekleştirilmesi ve raporlanması aşamasına kadar bilimsel etik ilkelerine uydugunu bildirmektedir. Bununla birlikte, nitel araştırmanın gerektirdiği hassasiyet için çaba gösterilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde betimsel analiz kullanılmıştır. Bu analizin amacı, elde edilen verilerin araştırma kapsamındaki kavramalara ulaşılmasını sağlamaktadır. Buna göre, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek, bunların okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlanmasını sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018:107).

Bulgular ve Değerlendirme

Katılımcıların mail adresi kullanma durumuna ilişkin bulgular Tablo 2.'de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Mail Adresi Kullanma Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Mail Adresi Kullanma Durumu	Mail Adresi Kullananlar	7	%50
Toplam		14	%100

Tablo 2.'ye göre katılımcıların tamamı (14 kişi) mail adresi kullandığını belirtmiştir.

Katılımcıların mail adresi kullanma sıklıklarına ilişkin bulgular Tablo 3.'te verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Mail Adresi Kullanma Sıklıkları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Mail Adresi Kullanma Sıklıkları	Her Gün	10	%71,42
	Haftada En Az 2 Kere	1	%7,14
	Okul Dönemlerinde Her Gün Okul Dışı Zamanlarda Haftada Bir Kullananlar	1	%7,14
	Nadir Kullananlar	2	%14,28
Toplam		14	%100

Tablo 3.'e göre katılımcıların mail adresi kullanma sıklıklarına ilişkin bulgular; %71,42 (10 kişi)'si her gün, %7,14 (1 kişi)'ü haftada en az 2 kere, %7,14 (1 kişi)'ü okul dönemlerinde her gün okul dışı zamanlarda haftada bir kullananlar ve %14,28 (2 kişi)'i nadir kullananlardır.

Katılımcıların üye oldukları ya da satın aldıkları ürünlerin reklamları mail yoluyla kendilerine yollanma durumuna ilişkin bulgular Tablo 4.'te verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Üye Oldukları Ya Da Satın Aldıkları Ürünlerin Reklamları Mail Yoluyla Kendilerine Yollanma Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Üye Olunan Ya Da Satın Alınan Ürünlerin Reklamları Mail Yoluyla Kendilerine Yollanma Durumu	Üye Olunan Ya Da Satın Alınan Ürünlerin Reklamları Mail Yoluyla Kendilerine Yollananlar	14	%100
	Üye Olunan Ya Da Satın Alınan Ürünlerin Reklamları Mail Yoluyla Kendilerine Yollanmayanlar	-	-
Toplam		14	%100

Tablo 4'e göre katılımcıların üye oldukları ya da satın aldıkları ürünlerin reklamları mail yoluyla kendilerine yollanma durumuna göre; tamamı üye oldukları ya da satın aldıkları ürünlerin reklamlarının mail yoluyla kendilerine yollandığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların mail reklamlarını okuma ya da direkt silme durumuna ilişkin bulgular Tablo 5.'te verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Mail Reklamlarını Okuma Ya Da Direkt Silme Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Mail Reklamlarını Okuma ya da Direkt Silme Durumu	Mail reklamlarını okumayıp silenler	6	%42,85
	Mail Reklamlarını Hem Okumayıp Hem De Silmeyenler	4	%28,57
	Mail Reklamlarından Sadece İlgisini Çekenleri Okuyanlar	3	%21,42
	Mail Reklamlarını Nadiren Okuyanlar	1	%7,14
Toplam		14	%100

Tablo 5.'e göre katılımcıların mail reklamlarını okuma ya da direkt silme durumuna ilişkin bulgular; %42,85 (6 kişi)'i mail reklamlarını okumayıp silenler, %28,57 (4 kişi)'si mail reklamlarını hem okumayıp hem de silmeyenler, %21,42 (3 kişi)'si mail reklamlarından sadece ilgisini çekenleri okuyanlar ve %7,14 (1 kişi)'ü mail reklamlarını nadiren okuyanlardır.

Katılımcıların dergi ya da gazete alıp almama durumuna ilişkin bulgular Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Dergi Ya Da Gazete Alıp Almama Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Dergi Ya Da Gazete Alıp Almama Durumu	Dergi Ya Da Gazete Satın Almayanlar	8	%57,14
	Dergi Ya Da Gazete Satın Alanlar	6	%42,85
Toplam		14	%100

Tablo 6.'ya göre katılımcıların dergi ya da gazete alıp almama durumuna göre; %57,14 (8 kişi)'ü dergi ya da gazete satın almayanlar ve %42,85 (6 kişi)'i dergi ya da gazete satın alanlardır.

Katılımcıların dergi ya da gazete alanların alma sıklıklarına ilişkin bulgular Tablo 7.'de verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Dergi Ya Da Gazete Alanların Alma Sıklıkları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Dergi Ya Da Gazete Alanların Alma Sıklıkları	Ayda Bir Kez Alanlar	2	%30
	Ayda Birden Fazla Alanlar	1	%15
	İki Ayda Bir Alanlar	1	%15
	Nadiren Dergi Ya Da Gazete Satın Alanlar	1	%15
	Her Gün Dergi Ya Da Gazete Satın Alanlar	1	%15
Toplam		6	%100

Tablo 7.'ye göre katılımcılardan dergi ya da gazete alanların alma sıklıkları; %30'u ayda bir kez alanlar (K3, E5), %15'i ayda birden fazla alanlar (K4), %15'i iki ayda bir alanlar (E1), %15'i nadiren dergi ya da gazete satın alanlar (E2) ve %15'i her gün dergi ya da gazete alanlar (E7)'dir.

Katılımcıların dergi ya da gazete alan katılımcılardan satın almış oldukları dergi ya da gazetelerdeki yayınlanan reklamların ilgi çekip çekmeme durumuna ilişkin bulgular Tablo 8.'de verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Dergi Ya Da Gazete Alan Katılımcılardan Satın Almış Oldukları Dergi Ya Da Gazetelerdeki Yayınlanan Reklamların İlgi Çekip Çekmeme Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Dergi Ya Da Gazete Alan Katılımcılardan Satın Almış Oldukları Dergi Ya Da Gazetelerdeki Yayınlanan Reklamların İlgi Çekip Çekmeme Durumu	İlgisini Çekenler	2	%14,28
	İlgisini Çekmeyenler	12	%85,71
Toplam		14	%100

Tablo 8.'e göre dergi ya da gazete alan katılımcılardan satın almış oldukları dergi ya da gazetelerdeki yayınlanan reklamların ilgi çekip çekmeme durumuna göre; %14,28'i ilgisini çekenler (2) ve %85,71'i ilgisini çekmeyenler (12)'dir.

Katılımcıların dergi ya da gazetelerdeki yayınlanan reklamları okuyup okumama durumuna ilişkin bulgular Tablo 9.'da verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Dergi Ya Da Gazetelerdeki Yayınlanan Reklamları Okuyup Okumama Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Dergi Ya Da Gazetelerdeki Yayınlanan Reklamları Okuyup Okumama Durumu	Reklamları Okuyanlar	2	%14,28
	Reklamları Okumayanlar	12	%85,71
Toplam		14	%100

Tablo 9.'a göre katılımcılardan dergi ya da gazetelerdeki yayınlanan reklamları okuyup okumama durumuna göre ise; %14,28'i reklamları okuyanlar (2) ve %85,71'i reklamları okumayanlar (12)'dir.

Katılımcıların dergi ya da gazete alan katılımcılardan satın almış oldukları dergi ya da gazetelerdeki yayınlanan reklamların ilgi çekip çekmeme durumuna ilişkin bulgular Tablo 10.'da verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Dergi Ya Da Gazetelerdeki Yayınlanan Reklamları Okuyup Okumama Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Satın Aldıkları Dergi Ya Da Gazetelerde Yayınlanan Reklamları Okuyanların Aklında Kalan Reklamlar	Kişilerin Kolunu Dergideki Sayfaya Sürerek Parfümün Kokusunu Alabileceği Şekilde Parfümün Tanıtımının Yapılması	1	%50
	İrkçılık ve Seksizmle İlgili Reklamlar	1	%50
Toplam		2	%100

Tablo 10.'a göre katılımcılardan satın aldıkları dergi ya da gazetelerde yayınlanan reklamları okuyanların aklında kalan reklamlara ilişkin görüşleri; kişilerin kolunu dergideki sayfaya sürerek parfümün kokusunu alabileceği şekilde parfümün tanıtımının yapılması (K4) ve ırkçılık ve seksizmle ilgili reklamlar (E1)'dir.

Katılımcıların dergi ya da gazete satın almayan katılımcıların satın almama nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 11.'de verilmiştir.

Tablo 11. Katılımcıların Dergi Ya Da Gazete Satın Almayan Katılımcıların Satın Almama Nedenleri

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Dergi Ya Da Gazete Satın Almayan Katılımcıların Satın Almama Nedenleri	İnternet Sayesinde Telefonda Ya Da Bilgisayardan Haberlere/İnternet Sitelerine Ulaşabildiğinden Gerek Duymayanlar	10 %90,90
	İlgisini Çekmeyen Konular İçermemesi	1 %9,09
Toplam	11	%100

Tablo 11.'e göre dergi ya da gazete satın almayan katılımcıların satın almama nedenlerine ilişkin görüşleri; %90,90'ı internet sayesinde telefonda ya da bilgisayardan haberlere/internet sitelerine ulaşabildiğinden gerek duymayanlar (K1, K2,K4, K5, K6, K7, E3,E4, E6, E7) ve %9,09'u ilgisini çekmeyen konular içermesini belirtenler (E5)'dir.

Katılımcıların radyo dinleyip dinlememe durumlarına ilişkin bulgular Tablo 12.'de verilmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Radyo Dinleyip Dinlememe Durumları

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Radyo Dinleyip Dinlememe Durumları	İnternet Sayesinde Telefonda Ya Da Bilgisayardan Haberlere/İnternet Sitelerine Ulaşabildiğinden Gerek Duymayanlar	10 %71,42
	İlgisini Çekmeyen Konular İçermemesi	1 %7,14
Toplam	11	%100

Tablo 12.'ye göre katılımcıların radyo dinleyip dinlememe durumlarına göre; %50 (7 kişi)'si radyo dinleyenler ve %50 (7 kişi)'si radyo dinlemeyenlerdir.

Katılımcılardan radyo dinleyenlerin radyo dinleme sıklıklarına ilişkin bulgular Tablo 13.'de verilmiştir.

Tablo 13. Katılımcılardan Radyo Dinleyenlerin Radyo Dinleme Sıklıkları

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Radyo Dinleyenlerin Radyo Dinleme Sıklıkları	Nadiren Dinleyenler	2 %40
	Ayda Birkaç Kez Dinleyenler	1 %20
	Her Gün Dinleyenler	1 %20
	Bazen Dinleyenler	1 %20
Toplam	5	%100

Tablo 13.'e göre katılımcılardan radyo dinleyenlerin radyo dinleme sıklıklarına ilişkin bulgular; %14,28'i nadiren dinleyenler (K1,K4), %7,14'ü ayda birkaç kez dinleyenler (K2), %7,14'ü her gün dinleyenler (K3) ve %21,42'si bazen dinleyenler (K5, K5, K7)'dir.

Katılımcılardan radyo dinleyenlerin radyo reklamlarını dinleyip dinlememe durumlarına ilişkin bulgular Tablo 14.'te verilmiştir.

Tablo 14. Katılımcılardan Radyo Dinleyenlerin Radyo Reklamlarını Dinleyip Dinlememe Durumları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Radyo Dinleyenlerin Radyo Reklamlarını Dinleyip Dinlememe Durumları	Radyo Reklamı Dinlemeyenler	5	%62,50
	Radyo Reklamı Dinleyenler	2	%25
	Radyo Reklamını Bazen Dinleyenler	1	%12,50
Toplam		8	%100

Tablo 14.'e göre radyo dinleyen katılımcıların radyo reklamlarını dinleyip dinlememe durumlarına göre; %62,50'si radyo reklamı dinlemeyenler (K1, K2, K3, E2, E5), %25'i radyo reklamı dinleyenler (K5, E7) ve %12,50'si radyo reklamını bazen dinleyenler (K4)'dir.

Katılımcılardan radyo reklamı dinleyen katılımcıların reklamların akıllarında kalıp kalmama durumlarına ilişkin bulgular Tablo 15.'te verilmiştir.

Tablo 15. Katılımcılardan Radyo Reklamı Dinleyen Katılımcıların Reklamların Akıllarında Kalıp Kalmama Durumuna

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Radyo Reklamı Dinleyenlerin Reklamların Akıllarında Kalıp Kalmama Durumu	Araba Kullanırken/ Arabada Seyahat Ederken Radyo Dinlemeye Odaklandığı İçin Akılda Kaldığını Belirtenler	1	%50
	Reklamların Akıllarında Kalmadığını Belirtenler	1	%50
Toplam		2	%100

Tablo 15.'e göre radyo reklamı dinleyen katılımcıların reklamların akıllarında kalıp kalmama durumuna göre; %50'si araba kullanırken/ arabada seyahat ederken radyo dinlemeye odaklandığı için akılda kaldığını belirtenler (K5) ve %50'si reklamların akıllarında kalmadığını belirtenler (E7)'dir.

Katılımcılardan radyo dinlemeyen katılımcıların radyo dinlememe nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 16.'da verilmiştir.

Tablo 16. Katılımcılardan Radyo Dinlemeyen Katılımcıların Radyo Dinlememe Nedenleri

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Radyo Dinlemeyen Katılımcıların Radyo Dinlememe Nedenleri	COVID-19 Pandemisi Nedeniyle Eskisi Kadar Araba Kullanmadığı İçin Evde Radyo Dinlemeyenler	1	%12,50
	Telefondan/Bilgisayardan Müzik Dinleyenler	3	%37,50
	Podcast Dinlemeyi Tercih Edenler	4	%50
Toplam		8	%100

Tablo 16.'ya göre radyo dinlemeyen katılımcıların radyo dinlememe nedenlerine ilişkin görüşleri; %12,50'si COVID-19 pandemisi nedeniyle eskisi kadar araba kullanmadığı için evde radyo dinlemeyenler (K4), %37,50'si telefondan/bilgisayardan müzik dinleyenler (K6,E4,E6) ve %50'si podcast dinlemeyi tercih edenler (K7, E1,E2,E3)'dir.

Katılımcıların televizyon izleyip izlememe durumlarına ilişkin bulgular Tablo 17.'de verilmiştir.

Tablo 17. Katılımcıların Televizyon İzleyip İzlememe Durumları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Katılımcıların Televizyon İzleyip İzlememe Durumları	Televizyon İzlemeyenler	8	%57,14
	Televizyon İzleyenler	5	%35,71
	Nadiren Televizyon İzleyenler	1	%7,14
Toplam		14	%100

Tablo 17.'ye göre katılımcıların televizyon izleyip izlememe durumlarına göre; %57,14'ü televizyon izlemeyenler (8 kişi), %35,71'i televizyon izleyenler (5 kişi) ve %7,14'ü nadiren televizyon izleyenler (1 kişi)'dir.

Televizyon izleyen katılımcıların izledikleri programlara ilişkin bulgular Tablo 18.'de verilmiştir.

Tablo 18. Televizyon İzleyen Katılımcıların İzledikleri Programlar

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Televizyon İzleyen Katılımcıların İzledikleri Programlar	Dizi	3	%30
	Film	1	%10
	Haber	2	%20
	Spor	3	%30
	Bilgi Yarışmaları	1	%10
Toplam		10	%100

Tablo 18.'e göre televizyon izleyen katılımcıların izledikleri programlara ilişkin bulgular; %21,42'si dizi (K2,K6,E1), %7,14'ü film (K2), %14,28'i haber (K2, K5), %21,42'si spor (K2,K4,E6) ve %7,14'ü bilgi yarışmaları (K4)'dir.

Televizyon izleyen katılımcıların televizyon izlerken karşılarına çıkan reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 19.'da verilmiştir.

Tablo 19. Televizyon İzleyen Katılımcıların Televizyon İzlerken Karşılarına Çıkan Reklamı İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Televizyon İzleyen Katılımcıların Televizyon İzlerken Karşılarına Çıkan Reklamı İzleyip İzlememe Durumu	Nadiren İzleyenler	2	%33,33
	Bazen İzleyenler	2	%33,33
	Reklamları İzlemeyi/İncelemeyi Sevenler	1	%16,66
	Reklam İzlemeyenler	1	%16,66
Toplam		6	%100

Tablo 19.'a göre televizyon izleyen katılımcıların televizyon izlerken karşılarına çıkan reklamı izleyip izlememe durumuna göre; %33,33'ü nadiren izleyenler (K2, K5), %33,33'ü bazen izleyenler (K4, K6), %16,66'sı reklamları izlemeyi/inceleme sevenler (E1) ve %16,66'sı reklamları izlemeyenler (E6)'dir.

Televizyon izleyen katılımcıların televizyon reklamlarından etkilenip satın alma davranışı gösterip göstermeme durumuna ilişkin bulgular Tablo 20.'de verilmiştir.

Tablo 20. Televizyon İzleyen Katılımcıların Televizyon Reklamlarından Etkilenip Satın Alma Davranışı Gösterip Göstermeme Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Televizyon İzleyen Katılımcıların Televizyon Reklamlarından Etkilenip Satın Alma Davranışı Gösterip Göstermeme Durumu	İhtiyacı Olmayan Ürünleri Satın Almayanlar	1	%16,66
	Satın Alma Davranışı Göstermeyenler	1	%16,66
	Almak İstediği Ürünlerin Fiyatı Ucuzladığında Satın Alanlar	1	%16,66
	Yiyecek Ürünlerini Satın Alanlar	1	%16,66
	Satın Alma Davranışı Gösterenler	1	%16,66
	Kampanya Yapılan Ürünleri Satın Alanlar	1	%16,66
Toplam		6	%100

Tablo 20.'ye göre televizyon izleyen katılımcıların televizyon reklamlarından etkilenip satın alma davranışı gösterip göstermeme durumu; %16,66'sı ihtiyacı olmayan ürünleri satın almayanlar (K2), %16,66'sı satın alma davranışı göstermeyenler (K4), %16,66'sı almak istediği ürünlerin fiyatı ucuzladığında satın alanlar (K5), %16,66'sı yiyecek ürünlerini satın alanlar (K6), %16,66'sı satın alma davranışı gösterenler (E1) ve %16,66'sı kampanya yapılan ürünleri satın alanlar (E6)'dır.

Televizyon izleyen katılımcıların akıllarında kalan televizyon reklamı olup olmama durumuna ilişkin bulgular Tablo 21.'de verilmiştir.

Tablo 21. Televizyon İzleyen Katılımcıların Akıllarında Kalan Televizyon Reklamı Olup Olmama Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Televizyon İzleyen Katılımcıların Akıllarında Kalan Televizyon Reklamı Olup Olmama Durumu	Akıllarında Kalan Televizyon Reklamı Olanlar	4	%66,66
	Akıllarında Televizyon Reklamı Kalmayanlar	2	%33,33
Toplam		6	%100

Tablo 21.'e göre televizyon izleyen katılımcılardan akıllarında kalan televizyon reklamı olup olmama durumuna göre; %66,66'sı akıllarında kalan televizyon reklamı olanlar (K2, K4, K5, E1) ve %33,33'ü akıllarında televizyon reklamı kalmayanlar (K6,E6)'dır. Televizyon izleyen katılımcıların akıllarında televizyondan izledikleri reklamın kalma nedenlerine ilişkin görüşleri; %50'si reklamın müziği (K2, K4, K5), %33,33'ü ilgi alanlarına yönelik reklam içerikleri (K4, E1), %16,66'sı reklam görseli (K5)'dir.

Televizyon izlemeyen katılımcıların televizyon izlememe nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 22.'de verilmiştir.

Tablo 22. Televizyon İzlemeyen Katılımcıların Televizyon İzlememe Nedenleri

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Televizyon İzlemeyen Katılımcıların Televizyon İzlememe Nedenleri	Televizyondaki Programlarının İçeriğine Yönelik Olumsuz Düşünceleri Olanlar	7	%58,33
	İnternetteki İçerikleri İzlemeyi Tercih Edenler	4	%33,33
	Televizyonu Olmayanlar	1	8,33
Toplam		11	%100

Tablo 22.'ye göre televizyon izlemeyen katılımcıların televizyon izlememe nedenlerine ilişkin görüşleri; %58,33'ü televizyondaki programlarının içeriğine yönelik olumsuz düşünceleri olanlar (K1, K3,K4,E2,E4,E5,E7), %33,33'ü internetteki içerikleri izlemeyi tercih edenler (K1,K7,E2,E5), %8,33'ü televizyonu olmayanlar (E3)'dir.

Katılımcıların sosyal medya kullanma durumlarına ilişkin bulgular Tablo 23.'te verilmiştir.

Tablo 23. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Durumları

Sosyal Medya Kullanma Durumu	Sosyal Medya Kullananlar	Frekans (f)	Yüzde (%)
Toplam		14	%100

Tablo 23.'e göre katılımcıların sosyal medya kullanma durumlarına ilişkin bulgular; tamamı (14 kişi) sosyal medya kullandığını belirtmiştir.

Sosyal medya kullanan katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesaplarına ilişkin bulgular Tablo 24.'te verilmiştir.

Tablo 24. Sosyal Medya Kullanan Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesapları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal Medya Kullanan Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesapları	Instagram	12	%26,08
	Twitter	11	%23,91
	Whatsapp	7	%15,21
	TikTok	3	%6,52
	YouTube	6	%13,04
	Netflix	2	%4,34
	Snapchat	2	%4,34
	Ekşi Sözlük	1	%2,17
	Facebook	1	%2,17
	Neredeyse Tüm Sosyal Medya Hesaplarını Kullananlar	1	%2,17
Toplam		14	%100

Tablo 24.'e göre katılımcıların sosyal medya kullanan katılımcıların kullandıkları sosyal medya hesaplarına ilişkin bulgular; %26,08'i Instagram (K1,K2,K3,K4,K5,K6, K7,E2,E3,E4,E5,E6), %23,91'i Twitter (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,E1,E3,E5,E6), %15,21'i Whatsapp (K1,K4,K6,K7,E2,E3,E6), %6,52'si TikTok (K1,K7,E3), %13,04'ü YouTube (K1,K2,K5,K6,K7,E3), %4,34'ü Netflix (K1,K5), %4,34'ü Snapchat (K5,E1), %2,17'si Ekşi Sözlük (E2), %2,17'si Facebook (E6) ve %2,17'si neredeyse tüm sosyal medya hesaplarını kullananlar (E7)'dir.

Sosyal medya kullanan katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıklarına ilişkin bulgular Tablo 25.'te verilmiştir.

Tablo 25. Sosyal Medya Kullanan Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Sosyal Medya Kullanan Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları	Her Gün Sosyal Medya Kullanımları	14	%100
Toplam		14	%100

Tablo 25.'e göre sosyal medya kullanan katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıklarına ilişkin bulgular; tamamı (14 kişi) her gün kullandığını belirtmiştir.

Katılımcıların YouTube reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 26.'da verilmiştir.

Tablo 26. Katılımcıların Youtube Reklamı İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Youtube Reklamı İzleyip İzlememe Durumu	YouTube'taki reklamları izlemeyenler	12	%85,71
	Genellikle İzleyenler	2	%14,28
Toplam		14	%100

Tablo 26.'ya göre katılımcıların YouTube reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular; %85,71 (12 kişi)'i YouTube'taki reklamları izlemeyenler, %14,28 (2 kişi)'i genellikle izleyenlerdir.

Katılımcıların YouTube'taki mecburi reklam süresini bekleyip atlayıp atlamama durumuna ilişkin bulgular Tablo 27.'de verilmiştir.

Tablo 27. Katılımcıların Youtube'taki Mecburi Reklam Süresini Bekleyip Atlayıp Atlamama Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Katılımcıların Youtube'taki Mecburi Reklam Süresini Bekleyip Atlayıp Atlamama Durumu	Youtube'taki Mecburi Reklam Süresini Atlayanlar	12	%85,71
	Reklam İlgi Çekince İzleyenler	2	%14,28
Toplam		14	%100

Tablo 27.'ye göre katılımcıların YouTube'taki mecburi reklam süresini bekleyip atlayıp atlamama durumlarına ilişkin bulgular; %85,71 (12 kişi)'i YouTube'taki mecburi reklam süresini atlayanlar, %14,28 (2 kişi)'i reklam ilgi çekince izleyenlerdir.

Katılımcıların YouTube'taki reklamlardaki ilgilerini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumlarına ilişkin bulgular Tablo 28.'de verilmiştir.

Tablo 28. Katılımcıların Youtube'taki Reklamlardaki İlgiğini Çeken Ürünleri İnceleyip Alışveriş Yapıp Yapmama Durumları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Youtube'taki Reklamlardaki İlgiğini Çeken Ürünleri İnceleyip Alışveriş Yapıp Yapmama Durumları	Youtube'taki Reklamlar İlgiğini Çekmedikleri İçin Alışveriş Yapmayanlar	11	%78,57
	Youtube'taki Reklamlar İlgiğini Çektikleri İçin Alışveriş Yapanlar	1	7,14
Toplam		12	%100

Tablo 28.'e göre katılımcıların YouTube'taki reklamlardaki ilgilerini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumlarına ilişkin bulgular; %78,57 (11

kişi)'si YouTube'taki reklamlar ilgilerini çekmedikleri için alışveriş yapmayanlar ve %7,14 (1 kişi)'ü YouTube'taki reklamlar ilgilerini çektikleri için alışveriş yapanlardır.

Katılımcıların Facebook'taki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 29.'da verilmiştir.

Tablo 29. Katılımcıların Facebook'taki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Facebook'taki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu	Facebook Kullanmadığı İçin Facebook'taki Reklamları İzlemeyenler	9	%64,28
	Facebook'taki Reklamları İzlemeyenler	5	%35,71
Toplam		14	%100

Tablo 29.'a göre katılımcıların Facebook'taki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular; %64,28 (9 kişi)'i Facebook kullanmadığı için Facebook'taki reklamları izlemeyenler ve %35,71 (5 kişi)'i Facebook'taki reklamları izlemeyenlerdir.

Katılımcıların Facebook'taki reklamlardaki ilgilerini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumlarına ilişkin bulgular Tablo 30.'da verilmiştir.

Tablo 30. Katılımcıların Facebook'taki Reklamlardaki İlgiğini Çeken Ürünleri İnceleyip Alışveriş Yapıp Yapmama Durumları

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Facebook'taki Reklamlardaki İlgiğini Çeken Ürünleri İnceleyip Alışveriş Yapıp Yapmama Durumları	Facebook'taki Reklamlar İlgiğini Çekmedikleri İçin Alışveriş Yapmayanlar	5	%100
Toplam		5	%100

Tablo 30.'a göre katılımcıların Facebook'taki reklamlardaki ilgilerini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumlarına ilişkin bulgular; tamamı (5 kişi)'i Facebook'taki reklamlar ilgilerini çekmedikleri için alışveriş yapmayanlardır.

Katılımcıların Instagram'daki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 31.'de verilmiştir.

Tablo 31. Katılımcıların Instagram'daki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Instagram'daki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu	Instagram'daki Reklamları İzleyenler	10	%71,42
	Instagram'daki Reklamları İzlemeyenler	2	%14,28
	Nadiren/Ara Sıra İzleyenler	2	%14,28
Toplam		14	%100

Tablo 31.'e göre katılımcıların Instagram'daki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular; %71,42 (10 kişi)'si Instagram'daki reklamları izleyenler, %14,28 (2 kişi)'i Instagram'daki reklamları izlemeyenler, %14,28 (2 kişi)'i nadiren/ara sıra izleyenlerdir.

Katılımcıların Instagram'daki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 32.'de verilmiştir.

Tablo 32. Katılımcıların Instagram'daki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Instagram'daki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu	Instagram'daki Reklamlar İlgiğini Çektikleri İçin Alışveriş Yapanlar	10	%71,42
	Instagram'daki Reklamlar İlgiğini Çekmedikleri İçin Alışveriş Yapmayanlar	4	%28,57
Toplam		14	%100

Tablo 32.'ye göre katılımcıların Instagram'daki reklamlardaki ilgiğini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumlarına ilişkin bulgular; %71,42 (10 kişi)'si Instagram'daki reklamlar ilgiğini çektikleri için alışveriş yapanlar ve %28,57 (4 kişi)'si Instagram'daki reklamlar ilgiğini çekmedikleri için alışveriş yapmayanlardır.

Katılımcıların Twitter'daki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 33.'te verilmiştir.

Tablo 33. Katılımcıların Twitter'daki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Twitter'daki Reklamı İzleyip İzlememe Durumu	Twitter'daki Reklamları Fark Etmeyenler	2	%14,28
	Twitter'daki Reklamları İzlemeyenler	11	%78,57
	Twitter'daki Reklamları Faydalı Bulanlar	1	%7,14
Toplam		14	%100

Tablo 33.'e göre katılımcıların Twitter'daki reklamı izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular; %14,28 (2 kişi)'i Twitter'daki reklamları fark etmeyenler, %78,57 (11 kişi)'si Twitter'daki reklamları izlemeyenler ve %7,14 (1 kişi)'ü Twitter'daki reklamları faydalı bulanlardır.

Katılımcıların reklamlardaki ilgiğini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumuna ilişkin bulgular Tablo 34.'te verilmiştir.

Tablo 34. Katılımcıların Reklamlardaki İlgiğini Çeken Ürünleri İnceleyip Alışveriş Yapıp Yapmama Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Twitter'daki Reklamlardaki İlgiğini Çeken Ürünleri İnceleyip Alışveriş Yapıp Yapmama Durumu	Instagram'daki Reklamlar İlgiğini Çekmedikleri İçin Alışveriş Yapmayanlar	14	%100
Toplam		14	%100

Tablo 34.'e göre katılımcıların Twitter'daki reklamlardaki ilgiğini çeken ürünleri inceleyip alışveriş yapıp yapmama durumlarına ilişkin bulgular; %100 (14 kişi)'ü Twitter'daki reklamlar ilgiğini çekmedikleri için alışveriş yapmayanlardır.

Katılımcıların özellikle takip ettikleri ürünlerin reklamlarını sosyal medyada izleyip izlememe durumuna ilişkin bulgular Tablo 35.'te verilmiştir.

Tablo 35. Katılımcıların Özellikle Takip Ettikleri Ürünlerin Reklamlarını Sosyal Medyada İzleyip İzlememe Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Özellikle Takip Ettikleri Ürünlerin Reklamlarını Sosyal Medyada İzleyip İzlememe	Takip Ettikleri Ürünlerin Reklamlarını Sosyal Medyada İzlemeyenler	4	%28,57
	Takip Ettikleri Ürünlerin Reklamlarını Sosyal Medyada İzleyenler	7	%50
	Takip Ettikleri Ürünlerin Reklamının Sosyal Medyada Çıkmadığını Belirtenler	1	%7,14
	Takip Ettikleri Ürünlerin Reklamlarını Ara Sıra Sosyal Medyada İzleyenler	2	%14,28
Toplam		14	%100

Tablo 35.'e göre katılımcıların özellikle takip ettikleri ürünlerin reklamlarını sosyal medyada izleyip izlememe durumlarına göre; %28,57 (4 kişi)'si takip ettikleri ürünlerin reklamlarını sosyal medyada izlemeyenler, %50 (7 kişi)'si takip ettikleri ürünlerin reklamlarını sosyal medyada izleyenler, %7,14 (1 kişi)'ü takip ettikleri ürünlerin reklamının sosyal medyada çıkmadığını belirtenler, %14,28 (2 kişi)'i takip ettikleri ürünlerin reklamlarını ara sıra sosyal medyada izleyenlerdir.

Katılımcıların satın almaya karar verdikleri, beğendikleri, kullandıkları ürünlerin reklamını izlemeyi tercih ettikleri mecralara ilişkin bulgular Tablo 36.'da verilmiştir.

Tablo 36. Katılımcıların Satın Almaya Karar Verdikleri, Beğendikleri, Kullandıkları Ürünlerin Reklamını İzlemeyi Tercih Ettikleri Mecralar

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Satın Almaya Karar Verilen Beğenilen, Kullanılan Ürünlerin Reklamını İzlenilmesi Tercih Edilen Mecralar	Instagram	6	%40
	Youtube	7	%46,66
	Reklam İzlemeyi Tercih Etmeyenler	1	%6,66
	Sosyal Medya	1	%6,66
Toplam		15	%100

Tablo 36.'ya göre katılımcıların satın almaya karar verdikleri, beğendikleri, kullandıkları ürünlerin reklamını izlemeyi tercih ettikleri mecralar hakkındaki görüşleri; %40'ı Instagram (K1,K3,K4,K6,K7,E1), %46,66'sı YouTube (K2,K5,K7,E1,E2,E5,E7), %6,66'sı reklam izlemeyi tercih etmeyenler (E3) ve %6,66'sı sosyal medya (E4)'dir.

Katılımcıların satın almaya karar verdikleri, beğendikleri, kullandıkları ürünlerin reklamını izlemeyi tercih ettikleri mecraları seçme nedenlerine ilişkin bulgular Tablo 37.'de verilmiştir.

Tablo 37. Katılımcıların Satın Almaya Karar Verdikleri, Beğendikleri, Kullandıkları Ürünlerin Reklamını İzlemeyi Tercih Ettikleri Mecraları Seçme Nedenleri

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Satın Almaya Karar Verilen Beğenilen, Kullanılan Ürünlerin Reklamını İzlenilmesi Tercih Edilen Mecraları Seçme Nedenleri	Reklam İçeriğinin Instagram'da Kısa Ve Öz Olması	1 %12,50
	Kullanıcıların Çektiği Videoların Youtube'da Olması	3 %37,50
	Beğenilen Ürün Reklamlarının Instagram'da Olması	1 %12,50
	Instagram'da Ana Akış Sayfasında Reklamların Olması	1 %12,50
	Youtube'un Kullanıcı Arayüzünün Pratik Ve Rahat Olması	1 %12,50
	Youtube İçeriğinin Zengin Olması	1 %12,50
	Ürünlerin İnceleme Videosunun Olması	1 %12,50
Toplam	9	%100

Tablo 37.'ye göre katılımcıların satın almaya karar verdikleri, beğendikleri, kullandıkları ürünlerin reklamını izlemeyi tercih ettikleri mecraları seçme nedenlerine ilişkin bulgular; %12,50'si reklam içeriğinin Instagram'da kısa ve öz olması (K1), %37,50'si kullanıcıların çektiği videoların YouTube'da olması (K2,K5,E7), %12,50'si beğenilen ürün reklamlarının Instagram'da olması (K3), %12,50'si Instagram'da ana akış sayfasında reklamların olması (K4), %12,50'si YouTube'un kullanıcı arayüzünün pratik ve rahat olması (E1), %12,50'si YouTube içeriğinin zengin olması (E5), ürünlerin inceleme videosunun olması (E6)'dır.

Katılımcıların Z kuşağına özel olarak hazırlanmış reklamlar hakkındaki görüşleri Tablo 38.'de verilmiştir.

Tablo 38. Katılımcıların Z Kuşağına Özel Olarak Hazırlanmış Reklamlar Hakkındaki Görüşleri

	Frekans (f)	Yüzde (%)
Z Kuşağına Özel Olarak Hazırlanmış Reklamlar Hakkındaki Görüşler	İlgisini Çekmeyenler	2 %6,25
	Olumlu Olduğunu Düşünenler	1 %6,25
	Mantıklı Olduğunu Düşünenler	1 %6,25
	İlgisini Çekenler	3 %18,75
	Teknolojiyle Entegre Edilen Yenilikçi Reklamlar Olduğunu Düşünenler	1 %6,25
	Büyük Bir Etkisi Olmadığını Düşünenler	1 %6,25
	Zorlama Olduğunu Düşünenler	2 %12,50
	Rahatsız Edici Olduğunu Düşünenler	2 %12,50
	Abartılı Olduğunu Düşünenler	1 %6,25
Yaratıcı Olduğunu Düşünenler	1 %6,25	
Günümüze Uyarlanmış Reklamlar Olduğunu Düşünenler	1 %6,25	
Toplam	10	%100

Tablo 38.'e göre katılımcıların Z kuşağına özel olarak hazırlanmış reklamlar hakkındaki görüşleri; %12,50'si ilgisini çekmeyenler (K1,E4), %6,25'i olumlu olduğunu

düşünenler (K2), %6,25'i mantıklı olduğunu düşünenler (K3), %18,75'i ilgisini çekenler (K3,K7,E3), %6,25'i teknolojiyle entegre edilen yenilikçi reklamlar olduğunu düşünenler (K4), %6,25'i büyük bir etkisi olmadığını düşünenler (K5), %12,50'si zorlama olduğunu düşünenler (K6,E5), %12,50'si rahatsız edici olduğunu düşünenler (E1,E2), %6,25'i abartılı olduğunu düşünenler (E3), %6,25'i yaratıcı olduğunu düşünenler (E6) ve %6,25'i günümüze uyarlanmış reklamlar olduğunu düşünenler (E7)'dir.

Katılımcıların akıllarına Z kuşağına hitap eden reklam gelip gelmeme durumuna ilişkin bulgular Tablo 39'da verilmiştir.

Tablo 39. Katılımcıların Akıllarına Z Kuşağına Hitap Eden Reklam Gelip Gelmeme Durumu

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Akıllarına Z Kuşağına Hitap Eden Reklam Gelip Gelmeme Durumu	Akıllarına Z Kuşağına Hitap Eden Reklam Gelmeyenler	7	%50
	Akıllarına Z Kuşağına Hitap Eden Reklam Gelenler	7	%50
Toplam		14	%100

Tablo 39.'a göre katılımcıların akıllarına Z kuşağına hitap eden reklam gelip gelmeme durumuna göre; %50 (7 kişi)'sinin akıllarına Z kuşağına hitap eden reklam gelmezken %50 (7 kişi)'sinin akıllarına bu tarz reklamlar gelmiştir.

Katılımcıların Akıllarına Gelen Z Kuşağı Reklamına ilişkin bulgular Tablo 40'da verilmiştir.

Tablo 40. Katılımcıların Akıllarına Gelen Z Kuşağı Reklamı

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Akıllara Gelen Z Kuşağı Reklamları	CHP'nin Z kuşağı Reklamı	2	%25
	Ziraat Bankası	2	%25
	Rap Reklam Müzikleri	1	%12,50
	Bilgisayar Oyunu Konseptli Reklamlar	1	%12,50
	Levi's'in Reklamları	1	%12,50
	Oppo'nun Reklamı	1	%12,50
Toplam		14	%100

Tablo 40.'a göre katılımcıların akıllarına gelen Z kuşağı reklamına ilişkin görüşleri; %25'i CHP'nin Z kuşağı reklamı (K1,E3), %25'i Ziraat Bankası (K3, E6), %12,50'si rap reklam müzikleri (K5), %12,50'si bilgisayar oyunu konseptli reklamlar (K5), %12,50'si Levi's'in reklamları (K6) ve %12,50'si Oppo'nun reklamı (E1)'dir.

Akıllarına Z kuşağına hitap eden reklamlar gelen katılımcıların bu reklamları izlemek istedikleri mecralara ilişkin bulgular Tablo 41'de verilmiştir.

Tablo 41. Akıllarına Z Kuşağına Hitap Eden Reklamlar Gelen Katılımcıların Bu Reklamları İzlemek İstedikleri Mecralar

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Akıllarına Z Kuşağına Hitap Eden Reklamlar Gelen Katılımcıların Bu Reklamları İzlemek İstedikleri Mecralar	Instagram	4	%26,66
	Twitter	1	%6,66
	Youtube	4	%26,66
	Dijital Olan Her Mecra	2	%13,33
	Reklam İzlemeyi Tercih Etmeyenler	3	%20
	Sosyal Mecralar	1	%6,66
Toplam		15	%100

Tablo 41.'e göre akıllarına Z kuşağına hitap eden reklamlar gelen katılımcıların bu reklamları izlemek istedikleri mecralara ilişkin görüşleri; %26,66'sı Instagram (K1,K3,K4,E3), %6,66'sı Twitter (K2), %26,66'sı YouTube (K3,K5,K7,E3), %13,33' dijital olan her mecra (K6,E2), %20'si reklam izlemeyi tercih etmeyenler (E3,E4,E6) ve %6,66'sı sosyal mecralar (E7)'dir.

Katılımcıların genel olarak geleneksel (TV, radyo, dergi vb.) ve online (dijital) pazarlama hakkındaki görüşleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 42. Katılımcıların Genel Olarak Geleneksel (TV, Radyo, Dergi Vb.) Ve Online (Dijital) Pazarlama Hakkındaki Görüşler

	Frekans (f)	Yüzde (%)	
Genel Olarak Geleneksel (TV, Radyo, Dergi Vb.) Ve Online (Dijital) Pazarlama Hakkındaki Görüşleri	Sosyal Medyanın Daha Fazla Kullanıldığından Online (Dijital) Pazarlama Yöntemlerinin Daha Etkili Olması	2	%13,33
	Her Şeyin Dijital Olması ve Dijitalin Her Yerde Olması	1	%6,66
	Online Reklamların Daha Mantıklı ve Őe Yarar Olması	1	%6,66
	Dijital Her Şeyin Daha Etkili Olması	2	%13,33
	Online Pazarlamanın Daha Erişilebilir Olması	3	%20
	Satın Alınan Markaların İnternette Alınması	1	%6,66
	Dijital Dönüşümün Olması	2	%13,33
	Online Pazarlamanın Markalar Tarafından Sıklıkla Kullanılması	1	%6,66
	Dijital Pazarlamanın Daha Etkili Olması	1	%6,66
	Geleneksel Pazarlamanın (TV) Daha Fazla Kişiye Ulaşması	1	%6,66
Toplam	15	%100	

Tablo 42.'ye göre katılımcıların genel olarak geleneksel (TV, radyo, dergi vb.) ve online (dijital) pazarlama hakkındaki görüşleri; %13,33' sosyal medyanın daha fazla kullanıldığından online (dijital) pazarlama yöntemlerinin daha etkili olması (K1,E4), %6,66'sı her Şeyin dijital olması ve dijitalin her yerde olması (K2), %6,66'sı online reklamların daha mantıklı ve Őe yarar olması (K3), %13,33' dijital her Şeyin daha etkili olması (K4,E2), %20'si online pazarlamanın daha erişilebilir olması (K5,E6,E7), %6,66'sı satın alınan markaların internette alınması (K6), %13,33' dijital dönüşümün olması (K7,E1), %6,66'sı online pazarlamanın markalar tarafından sıklıkla kullanılması (K7), %6,66'sı dijital pazarlamanın daha etkili olması (E3) ve %6,66'sı geleneksel pazarlamanın (TV) daha fazla kişiye ulaşması (E5)'dir.

Katılımcıların geleneksel ve online (dijital) pazarlama yöntemlerinden daha etkili olana ilişkin görüşleri Tablo 43'te verilmiştir.

Tablo 43. Katılımcıların Geleneksel ve Online (Dijital) Pazarlama Yöntemlerinden Daha Etkili Olana İlişkin Görüşleri

		Frekans (f)	Yüzde (%)
Geleneksel ve Online (Dijital) Pazarlama Yöntemlerinden Daha Etkili Olana İlişkin Görüşler	Online (Dijital) Pazarlama Yöntemlerinin Daha Etkili Olduğunu Düşünenler	12	%85,71
	Geleneksel Pazarlama Yöntemlerinin Daha Etkili Olduğunu Düşünenler	1	%7,14
	İkisinin De Etkili Olduğunu Düşünenler	1	%7,14
Toplam			%100

Tablo 43.'e göre katılımcıların geleneksel ve online (dijital) pazarlama yöntemlerinden daha etkili olana ilişkin görüşleri; %85,71'i online (dijital) pazarlama yöntemlerinin daha etkili olduğunu düşünenler (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7,E1,E2,E3,E4,E7), %7,14'ü geleneksel pazarlama yöntemlerinin daha etkili olduğunu düşünenler (E5) ve %7,14'ü ikisinin de etkili olduğunu düşünenler (E6)'dir.

Sonuç

Dijital pazarlama, birçok gelişim ve kavramı içine alarak son 20 yılda hızla ilerlemiştir. Doğrudan pazarlama, internette pazarlama, elektronik pazarlama vb. tüm gelişmelerin daha da kapsamlı bir şekilde ifade edilmesini sağlamıştır (Solomon, 2017) İnternetin kullanıma sunulması, geniş kitlelerin akıllı telefon kullanmaya başlaması, tabletler ve dizüstü bilgisayarların kullanılması, yeni platformların ortaya çıkışı (sosyal medya, yapay zeka platformları gibi) bu değişime örnek olarak verilebilir. Her yaş ve sosyal grubun dijital anlamda daha bilgili olduğu ve bu hızın düşmeyeceği ortadadır.

Yapılan araştırmalarda pazarlamacıların kullandıkları geleneksel pazarlama yöntemlerinin Z kuşağının ilgisini çekmekte etkisiz olması sonucunda yeni nesil tüketicilerle iletişim kurmakta zorlandıkları saptanmıştır. Bunun nedeni olarak da Y Kuşağının TV izlerken kanal değiştirmesi %2'den az olduğu görülmüşken, Z kuşağının TV izleme alışkanlıklarının düşük olduğu ve kanal değiştirme oranının dört kat daha fazla olduğu belirtilmiştir (Nielsen, 2017). Ayrıca Z kuşağının çevrimiçi ortamlarla etkileşim içinde olmaları izledikleri içeriklere reklamlara ilişkin hatırlama oranlarının oldukça düşük olduğu saptanmıştır.

The Pew Research Center (2018a)'de erişilen bilgilere göre, Y kuşağı TV izlemeyi tercih ederken Z kuşağının daha çok cep telefonu üzerinden en fazla Facebook'a ve Snapchat uygulamalarına girdiği belirlenmiştir. Buna göre, Z kuşağının 35 yaş ve üstü kişilere göre sosyal medya araçlarıyla kullanıcılar ve firmalar tarafından oluşturulan içeriğe düzenli olarak ulaşmakta ve daha fazla sosyal medya platformu kullandığı belirtilebilir (Nielsen, 2017). Dijital yerliler olarak Z kuşağı, bir satın alma işlemi yapmadan önce düşüncelerin ifade edildiği ürün incelemeleri olan sosyal medya platformlarıyla iç içedir. Etkileyici pazarlama, güvenilir önerilere değer veren bir kültürün sonucudur (Pileliene ve Grigaliunaite, 2017). Z kuşağının bu davranışı önceki kuşaklarla karşılaştırıldığında aradaki bu sapmanın Z kuşağının tüketici davranışlarını tanımladığı söylenebilir.

Müşteriler, marka sadakatini sosyal medya aracılığıyla ifade edebilir ve bu da yeniden yayınlanabilen ve paylaşılabilen, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik şeklinde resmi olmayan içerikler sunmaktadır. Bu doğrudan etkileşim, Z kuşağı kitesini iletişime davet ederken, tüketici ve marka arasındaki ilişkiyi güçlendirmektedir (Daugherty vd., 2018). Bu sebeple, Z kuşağının, algılanan gerçeğiğe değer verilen sosyal medyada

kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği izleme ihtimali daha yoksektir (Nielsen, 2017; Solomon, 2017; Munsch, 2021). Araştırmada katılımcıların satın almaya karar verdikleri, beğendikleri, kullandıkları ürünlerin reklamını izlemeyi tercih ettikleri mecralar ve bu mecraları tercih etme nedenleri sonuçlarıyla uyumludur.

Dijital pazarlama yapmak tek bir konunun bilinip uygulanması ile mümkün olmayacaktır. İçeriğinde çeşitli uzmanlık alanlarını barındırmaktadır. Ve bir şirketin dijital pazarlama yapması bu uzmanlıklardan faydalanarak, bu ablardaki kişi ve gruplarla çalışarak kendi pazarlama stratejisini geliştirmesine bağlıdır (Holmes, 2013). Kullanılan ve gelişen pazarlama modellerini anlamak ve kendi pazarlama stratejisine bunu nasıl uygulayacağını belirlemek dijital pazarlama yapmak isteyen bir firmanın ilk adımıdır. Firma, stratejisini tüm işletmeyi göz önüne alarak inşa etmelidir (Katherine, 2012). Firmanın gerçekten müşteri merkezli olup olmadığı, iş modelinin ne olduğu ve bu modelin hangi özellikleri beraberinde gerekli tuttuğu ve küresel bir strateji anlayışı ile nasıl çalışılması gerektiği bilinmelidir. Firmanın planlarının örgütsel kültürü içinde marka ve vizyonuna nasıl etki edeceğine göre kararlar verilmelidir (Elite Daily, 2015). Dijital pazarlama stratejisini uygularken birçok zorluk ile karşılaşılabilir. Bu nedenle stratejiyi esnek tutmak ve risk yönetiminde, teknolojik konuların uygulamaya konulmasında uzman bir ekip ile örgüt kültürü çerçevesinde hareket edilmelidir (Husain vd., 2016). Pazarlamanın planlama, uygulama, lme ve değerlendirme, denetleme ve yeniden düzenleme biçiminde olan sürdürülebilir bir strateji yolunu benimsemesi başarılı olmasında büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Z kuşağı evrimii satın alma davranışı gösteren en önemli nesillerden biri olan dijital yerlilerdir (The Pew Research Center, 2018b). Pazarlamacıların Z kuşağına ulaşmaları için dijital yatırımlarını artırabilir ve ürünlerini satın almaya yönelik olan yeni nesil tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyebilirler. Sonuç olarak, pazarlamacılar satın alma kararlarında ilgi çekici, bilgilendirici ve etkili olan dijital pazarlama iletişimiyle ve reklamlarla Z kuşağı müşterisine daha iyi hizmet vermek için her zamankinden daha büyük bir fırsata sahiptir. Bununla birlikte, dijital pazarlamacıların çabalarının Z kuşağı tüketicilerinin dikkatlerini çekmek için engellerle karşılaştığı, birçok çoklu davranışı aynı anda gösterdiklerinden dolayı dikkatleri dağılacağı için kolay bir iş değildir (Nielsen, 2017; Advertising Age, 2018). Bu nedenle pazarlamacılar, Z kuşağının ilgi çekici iletişim özelliklerini anlamalarının yanı sıra dijital pazarlama iletişimi ve reklamcılıkta ilgili stratejiler geliştirdiklerinde tüketicilerin hangi seçimleri yapacaklarına dair bilgilere kolaylıkla erişebilecekleri düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Advertising Age (2018). Marketing fact pack 2018. Ad Age. Retrieved from <http://www.adage.com>, Erişim Tarihi: 11.05.2021.

AGARWAL, A., HOSANAGAR, K., SMITH. M. D. (2011). Location, location, location: An analysis of profitability of position in online advertising markets. *Journal of Marketing Research*, 48(6), 1057-1073.

ALAN, K. A., KABADAYI, T. E., ERİŐKE, T. (2018). İletişimin yeni yüzü: Dijital pazarlama ve sosyal medya pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 493-504.

AMA (2021). <https://www.ama.org/marketing-news/how-brands-can-extend-their-15-minutes-of-fame/>, Erişim Tarihi: 05.05.2021

BABBIE, E. (2007). *The practice of social research* (11th Edition). California: Thomson Wadsworth.

- BATRA, R., KELLER, K. L. (2016). Integrating marketing communications: New findings, new lessons, and new ideas. *Journal of Marketing*, 80(6), 122-145.
- BELK, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- BERMAN, R., KATONA, Z. (2013). The role of search engine optimization in search marketing. *Marketing Science*, 32(4), 644-651.
- BOGDAN, R. C., BIKLEN, S. K. (1998). Foundations of qualitative research in education. *Qualitative Research In Education: An Introduction To Theory And Methods*, 1-48.
- BUGHIN, J. (2015). *Brand success in an era of digital Darwinism*. February: Mckinsey Quarterly.
- BULUNMAZ, B. (2016). Gelişen teknolojiyle birlikte değişen pazarlama yöntemleri ve dijital pazarlama. *TRT Akademi Dijital Medya Sayısı*, 1(2).
- CHAFFEY, D., CHADWICK, F. E. (2016). *Digital marketing* (6. Edition). Pearson Education Ltd.
- DANAHER, P. J., & DAGGER, T. S. (2013). Comparing the relative effectiveness of advertising channels: A case study of a multimedia blitz campaign. *Journal of Marketing Research*, 50(4). 517-534.
- DARADKEH, Y. I., & GOUVELA, L. B., SEN. S. (2018). Strategic thinking and brands move to the digital transformation. *MATTER: International Journal of Science and Technology*, 4(1), 88-105.
- DAUGHERTY, T., HOFFMAN, E., KENNEDY, K., & NOLAN, M. (2018). Measuring consumer neural activation to differentiate cognitive processing of advertising. *European Journal of Marketing*, 52(1), 182-198.
- DINNER, I. M., VAN HEERDE, H. J., & NESLIN. S. A. (2014). Driving online and offline sales: The cross-channel effects of traditional, online display, and paid search advertising. *Journal of Marketing Research*, 51(5), 527-545.
- DODSON, I. (2016). *The art of digital marketing: The definitive guide to creating strategic*. Wiley: Targeted, and Measurable Online Campaigns.
- EISENBEISS, M., WILKEN, R, SKIERA, B., & MELİŐEN, M. (2015). What makes deal-of-the-day promotions really effective? The interplay of discount and time constraint with product type. *International Journal of Research in Marketing*, 32(4), 387-397.
- Elite Daily (2015). Elite Daily Millennial Consumer Study 2015. Retrieved from <https://www.elitedaily.com/news/business/elite-daily-millennial-consumer-survey-2015/902145>, Erişim Tarihi: 13.05.2021.
- GOLDFARB, A., & TUCKER, C. (2011). Online display advertising: Targeting and obtrusiveness. *Marketing Science*, 30(3), 389-104.
- HAENLEIN, M. (2013). Social interactions in customer churn decisions: The impact of relationship directionality. *International Journal of Research in Marketing*, 30(3), 236-248.
- HOLMES, E. (2013). The new style influencers are digital; brands court stars with active audiences to try turning followers into shoppers. Wall Street Journal (Online). Retrieved from <http://proxy.library.nyu.edu/login?url=https://search-proquest-com.proxy.library.nyu.edu/docview/1431185287?accountid=12768>, Erişim Tarihi: 07.05.2021.
- HUSAIN, S., GHUFRAN, A., & CHAUBEY, D. S. (2016). Relevance of social media in marketing and advertising. *Splint International Journal of Professionals*, 3 (7), 21-28.
- JOHNSON, B., & CHRISTENSEN, L.B. (2004). Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches. Boston: Pearson Education, Inc.

- KANNAN, P.K., & LI, H.A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34, 22-45.
- KATHERINE, T.S. (2012). Longitudinal study of digital marketing strategies targeting millennials. *The Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 86-92.
- KLEIN, L., & FORD, G. (2002). Consumer research for information in the digital age: an empirical study of pre-purchase search for automobiles. *Advances in Consumer Research*, 29, 100-101.
- LEMON, K.N., & VERHOEF, P.C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- LI, H., & KANNAN, P. K. (2014). Attributing conversions in a multichannel online marketing environment: An empirical model and a field experiment. *Journal of Marketing Research*, 51(1), 40-56.
- MALTHOUSE, E. C., HAENLEIN, M., SKIERA. B., WEGE, E., & ZHANG, M. (2013). Managing customer relationships in the social media era: Introducing the social CRM house. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 270-280.
- MUNSCH, A. (2021) Millennial and generation Z digital marketing communication and advertising effectiveness: A qualitative exploration, *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 31(1), 10-29.
- NIELSEN, A. C. (2017). *Millennials on millennials*. Nielsen.
- PATTON, M.Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- PILELIENE, L., & GRIGALIUNAITE, V. (2017). The effect of female celebrity spokesperson in FMCG advertising: Neuromarketing approach. *The Journal of Consumer Marketing*, 34 (3), 202-213.
- ROGERS, D. (2016). *The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age*. Columbia University Press.
- ROWAN, W. (2002). *Digital marketing: Using new technologies to get closer to your customers*. Kogan Page.
- RYAN, D., & JONES, C. (2016). *The best digital marketing campaigns in the world: Mastering the art of customer engagement*. Kogan Page Limited.
- SIMOES, L., GOUVEIA, L. (2008). Targeting the millennial generation. III Jornadas de publicidade e comunicaço. A publicidade para o consumidor do Sec. XXI, UFP. Porto. http://homepage.ufp.pt/lmbg/com/lximoes1_sopcom08.pdf, Erişim Tarihi: 05.05.2021
- SOLOMON, M. (2017). *Consumer behavior: Buying, having and being* (12th Edition). Prentice Hall.
- SPANN, M., TELLIS, G. J. (2006). Does the internet promote better consumer decisions? The case of name-your-own-price auctions. *Journal of Marketing*, 70(1), 65-78.
- The Pew Research Center. (2018a). Early benchmarks show 'post-millennials' on track to be most diverse, best-educated generation yet. A demographic portrait of today's 6- to 21-year-olds. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/topics/millennials/>, Erişim Tarihi: 07.05.2021.
- The Pew Research Center. (2018b). Millennials are the largest generation in the U.S. labor force. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/topics/millennials/>, Erişim Tarihi: 03.05.2021.
- YILDIRIM, A., & şİMŞEK, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yontemleri*. Ankara: Sekin Yayıncılık.
- ZAHAY, D. (2015). *Digital marketing management*. Business Expert Press.

Summary

Every department, from sales to marketing, from human resources to customer relations, should comprehend this new world and make changes in accordance with it as part of digital transformation. Human resources employees, for example, have changed; they dislike the new generation of printing, want organizations that can conduct work remotely, and expect to be fully understood.

Digital marketing is not limited to online marketing, e-mail marketing, using viral or online techniques. This does not mean adding a website address to TV commercial ads or sending a message to consumers, selling products on social media. The important thing is to develop best practices in all marketing activities using this and all other tools and methods. Digital networks are beginning to connect to the computers of customers from their televisions, smartphones, and game consoles.

According to the studies, typical marketing strategies used by marketers are inefficient in gaining the attention of Generation Z, and they struggle to communicate with the new generation of consumers. The reason for this is that although Generation Y changes channels less than 2% of the time when watching TV, Generation Z's TV watching habits are low, with a four-fold higher channel changing rate. Furthermore, Generation Z interacted with online settings, and their recall rates for the content they viewed and the commercials they saw were quite low.

Although Generation Y liked to watch television, Generation Z chose to use their mobile phones to visit Facebook and Snapchat apps. As a result, according to persons aged 35 and older, generation Z often reads material published by users and companies via social media tools and uses more social media platforms. As digital natives, Generation Z is intertwined with social media platforms, which include product reviews that express opinions prior to making a purchase. Influencer marketing is the result of a culture that values reliable advice. When this behavior of generation Z is compared with the previous generations, it can be stated that this deviation defines the consumer behavior of Generation Z.

Customers can show their support for a company by using social media, which provides unofficial content in the form of user-generated content that may be republished and shared. While this direct engagement encourages Generation Z to communicate, it also enhances the consumer-brand bond. As a result, Generation Z is more inclined to watch user-generated material on social media, which places importance on perceived reality. The channels that the participants decide to buy, like, prefer to watch the advertisements of the products they use, and the reasons for choosing these channels are consistent with the results.

Generation Z is a digital native and one of the most influential generations in terms of online purchasing habits. Marketers can expand their digital investments and influence the purchasing behavior of the new generation of consumers who buy their products to reach Generation Z. As a result, marketers now have a better chance than ever to provide Generation Z customers with digital marketing communications and commercials that are interesting, educational, and effective in influencing their purchasing decisions. However, it is not an easy task as the efforts of digital marketers face hurdles to grab the attention of Generation Z consumers, and become distracted by the fact that they show many multiple behaviors simultaneously. For this reason, it is thought that when marketers understand the interesting communication features of generation Z and develop strategies relevant to digital marketing communication and advertising, they can easily access information about what preferences consumers will make.

Kararsız Özdeşleşmenin Bilişsel Esnekliğe Etkisinde Örgütsel Sinerjinin Aracı Rolü

Bora COŞAR*

Öz

Bu çalışmada örgüt üyelerinin örgütle ilgili bilişsel ve duygusal konularda kararsızlık içinde olma durumlarının örgütsel sinerji aracılığıyla alternatifler arasında karar verebilen ve kontrolü elinde tutan bireylere dönüşüp dönüşmediği araştırılmaktadır. Bu bağlamda örgütsel sinerjinin alt boyutları olan etkileşim ve takdir etme, bütünleşme, strateji ve güncellenme ve güçlenme değişkenlerinin örgüt içindeki kararsız bireyleri daha kararlı ve kontrollü bir yapıya ulaştırmada aracı değişkenler olarak ne derecede etkilediği araştırmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Bu odak noktası doğrultusunda 20-50 yaş aralığında, 92'si kadın ve 155'i erkek lojistik sektörü işletme çalışanlarından veri toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda kararsız özdeşleşmenin bilişsel ve duygusal boyutlarının bilişsel esnekliğe etkisinde örgütsel sinerjinin aracı değişkenlerinin farklı düzeylerde anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür. Bulguların alanyazına katkı sağlayıcı nitelikte sonuçlar içerdiği düşünülmekte olup konuyla ilgili bundan sonraki çalışmalara ışık tutabileceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kararsız Özdeşleşme, Bilişsel Boyut, Duygusal Boyut, Örgütsel Sinerji, Bilişsel Esneklik

The Mediating Role of Organizational Synergy in the Effect of Ambivalent Identification on Cognitive Flexibility

Abstract

In this study, it is investigated whether the organization's cognitive and emotional ambivalent identification status related to the members of the organization has turned into individuals who can decide between alternatives and retain control with the effect of organizational synergy mediation. In this context, the extent to which the variables of interaction and appreciation, integration, strategy and updating and empowerment, which are the sub-dimensions of organizational synergy, affect ambivalent individuals in the organization as mediator variables in making them more stable and controlled structure. In line with this focus, data were collected from 20 to 50 years old, 92 female and 155 male logistics sector operating staff. As a result of the analyses, it has been observed that the mediator variables of organizational synergy have different effects on the effect of cognitive and emotional dimensions of cognitive flexibility on cognitive



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 01.08.2021

Kabul/Accepted: 07.06.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.976048>

* Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi, Yönetim ve Organizasyon, İstanbul, Türkiye.

E-Posta: boracosar@beykent.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3131-9885>

flexibility. The findings are thought to include results that contribute to the literature, and it is predicted that they may shed light on future studies on the subject.

Keywords: Ambivalent Identification, Cognitive Dimension, Emotional Dimension, Organizational Synergy, Cognitive Flexibility

Giriş

Günümüzde hızla değişen teknolojik gelişmeler ve acımasız rekabet şartları, küreselleşmenin de etkisiyle örgüt üyelerinin psikolojik durumlarını olumsuz anlamda etki altında bırakmaktadır. Hızlı bir şekilde değişen ve gelişen örgütsel yapı ve yönetim süreçleri, örgüt üyelerinin örgütsel aidiyet duygularıyla ilgili olarak hem olumlu hem de olumsuz düşünceler içinde olmasına neden olmaktadır. Bu durum örgüt üyelerinin örgüt içindeki görevlerine ve davranışlarına olumsuz bir şekilde yansımakta ve sonuç olarak örgütlerin sağlıklı bir şekilde faaliyetlerini yürütmesine engel olabilmektedir (Hayashi, 2014; Yeşil 2018). Ancak diğer taraftan aynı konu hakkında olumlu ve olumsuz düşüncelerin oluşmasına neden olan bu kararsızlık durumunun şiddetinin ve yoğunluğunun da önemli olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Çünkü şiddeti ve yoğunluğu düşük düzeyde olan kararsızlık durumlarına sahip örgüt üyelerinin yaratıcılıklarının yüksek düzeyde olduğu ve alternatiflere karşı daha duyarlı hareket ettikleri görülmektedir (Plambeck and Weber, 2009; Ashforth, Rogers, Pratt & Pradies, 2014). Bu bağlamda örgüt üyelerinin kararsızlık durumunun yüksek seviyelerden düşük seviyelere çekilmesi örgüt için oldukça anlamlı ve yararlı sonuçlara neden olabilecektir. Literatüre bakıldığında örgüte katkı veren örgüt üyelerinin örgütteki herhangi bir problem karşısında alternatif çözüm yolları bulabildiği, yeni durumlara karşı esnek olduğu ve bu durumlarda kendisini yetkin olarak hissettiği görülmektedir. Tüm bu özellikler bilişsel esneklik kavramını işaret etmektedir. (Martin & Anderson, 1998). Ancak bir örgüt üyesinin yüksek seviyelerdeki kararsızlık durumunun bilişsel esnekliğe dönebilmesi için diğer örgüt üyeleriyle etkileşim içinde olması, takdir görmesi, örgüt içindeki bütünleşmeye dâhil edilmesi, stratejik kararlar konusunda yetiştirilmesi, sürekli kendini güncellenmesi ve mental açıdan güçlenmesi oldukça önemlidir (Conner, 1993). Elbette bu noktada örgüt yöneticilerine de büyük işler düşmektedir. Ancak bu sayede tüm çalışanların örgüte katkı vermesi sağlanabilir. Bu nedenle bu çalışmada bu alt boyutlardan meydana gelen örgütsel sinerji ölçeği aracı değişken olarak kullanılmıştır.

Bu noktada çalışmanın amacı bu seviyenin nasıl düşürülebileceğini araştırmak olup model bu çerçevede kurgulanmıştır. Tüm bu bilgiler ışığında kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliğe etkisinde örgütsel sinerjinin aracı rolünü test etmek, hem yönetim ve organizasyon hem de örgütsel psikoloji alanyazınına katkıda bulunmak anlamında oldukça önemli sonuçları ortaya koymaktadır.

Kararsız Özdeşleşme

Bleuler (1911) kararsızlığı "aynı nesneye yönelik güçlü sevgi ve nefret duygularının eşzamanlı varlığı" olarak tanımlamaktadır (Luescher & Pillemer, 1998). Benzer şekilde, Alexander (1951), Argyris (1957) ve Freud (1913), kararsızlığı aynı nesneye yönelik çelişkili duyguların bir arada bulunması olarak ifade etmektedir. Her ne kadar bu dört araştırmacı kararsızlığı genel anlamda duygusal bir eğilim olarak tanımlasa da, Sincoff (1990) kararsızlığın davranışsal, bilişsel ve duygusal bir eğilim olduğunu belirterek bu durumun bilişsel yanına da işaret etmiştir.

Kısaca hem bilişsel hem de duygusal durumlardan oluşan kararsızlık kavramına bağlı olarak kararsız özdeşleşmeyi 'bir üyenin kendisini eş bir biçimde bir örgütün parçası olarak algıladığı ve algılamadığı bir süreç' olarak tanımlamak mümkündür. Diğer bir deyişle örgüt üyesi örgütün kimliğine karşı hem olumlu hem de olumsuz duygular barındırmaktadır (Hayashi, 2014). Bu çelişkili duygular, örgüt üyelerinin örgütlerine karşı olumlu ve olumsuz duygularının karışımından oluşan bir bütündür. Bu durum örgüt üyelerinin örgütleriyle hem özdeşleşmelerini hem de farklı düşüncelere sahip olmaları durumunu ortaya çıkarmaktadır. Yani örgüt üyeleri, tıpkı ailelerindeki olumlu ve olumsuz yönleri ele alıp yorumladıkları gibi üyesi oldukları örgütleri de aynı şekilde yorumlamaktadır. Genel olarak bakıldığında kararsız özdeşleşme, örgütsel psikolojisi ve örgüt bilimleri alanlarında önemli bir sorun olarak görülmektedir; çünkü bu durum örgütsel kimlik bağlamında örgüt üyelerini olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Schuh, Van Quaquebeke, Göritz, Xin, De Cremer & Van Dick, 2016).

Bu çalışma kararsız özdeşleşmeyi bilişsel ve duygusal boyutları ile analiz içerisine dâhil etmiştir. Böylece kavramın iki yönünün modeldeki diğer değişkenlerle olan ilişkisi net bir biçimde görülmektedir. Asforth, Rogers ve Pratt (2010) tarafından yapılan araştırmada örgütlerin belirsiz bir doğaya sahip olmaları nedeniyle örgüt üyelerinin kararsızlık durumlarının tetiklendiği ve bu durumun örgüt yöneticileri ve sahipleri tarafından rahatsız edici bulunduğu görülmektedir. Ancak kararsızlık durumunun iyi yönetildiği takdirde örgüt üyesinin olumlu ve etkili davranışlarla örgüt içinde faaliyette bulunabildiği belirtilmektedir. Bu sonuçlar gerçekleştirilen bu araştırma ile paralellik göstermektedir. Daha önce alanyazında bu çalışma ile ilgili bir model olmadığı için mevcut çalışmalar göz önüne alındığında Schuh ve diğerlerinin (2016) çalışmasında da kararsız özdeşleşmenin örgütsel vatandaşlık davranışlarını olumsuz düzeyde etkilediği görülmektedir. Bu çalışmada aracı değişken olarak yer alan örgütsel sinerji kavramı modelden çıkarıldığında benzer sonuçlar ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Çünkü bu durumda kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliği olumsuz bir biçimde etkilediği görülmektedir. Kısaca örgüt için alternatifler arasında seçim yapmakta ve karar almakta zorlanan örgüt üyelerinin örgütsel vatandaşlık bağlamında örgüte katkı veremediklerini söylemek mümkündür.

Bu makale kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliğe etkisinde örgütsel sinerjinin aracı rolü olduğunu savunmaktadır. Çünkü genel anlamda olumsuz olarak görülen bu durumun olumlu tarafa dönebilmesi için aracı değişken olan örgütsel sinerjinin alt boyutlarına ihtiyacı olduğu düşünülmektedir. Diğer bir deyişle örgüt bireyinin bu kararsızlık durumunun örgüt tarafından yaratıcı ve karar verici bir davranışa dönüştürülebilmesi için örgütsel sinerjinin alt boyutları olan etkileşim ve takdir etme, bütünlüğe, strateji ve güncellenme ve güçlenme değişkenlerinin köprü görevi görmesi oldukça önemlidir.

Bilişsel Esneklik

Örgüt üyeleri, örgüt içi ve örgüt dışı ilişkilerinde bir takım sorunlarla karşılaşmakta, strese maruz kalmakta ve bu zor durumlarla baş etmek için çabalamaktadır. Özellikle örgütsel bağlamda alternatifler arasından seçim yapmak ve kararlar almak örgüt üyelerini oldukça zorlamaktadır. Karşılaşılan sorunları çözmeye ve ya da karar verme durumlarında örgüt üyelerinin önünde birçok farklı seçenek bulunmaktadır. Bu gibi durumlarda her örgüt üyesi farklı şekilde davranma potansiyeline sahiptir. Bu noktada bilişsel esneklik kavramı ön plana çıkmaktadır. Martin ve Anderson' a (1998) göre bilişsel esneklik, (i) herhangi bir durumla ilgili olarak örgüt üyesinin alternatif çözüm yollarının ve seçeneklerin farkında olması, (ii) yeni durumlara karşı esnek olması ve (iii) bu durumlarda kendisini yetkin olarak hissetmesidir. Bilişsel

esneklik temel olarak alternatiflerin farkında olma ve bu alternatifleri kontrol edebilme konusunda bireyin kendisine güven duyması olarak tanımlanabilir. Bilişsel esnekliğe sahip örgüt üyeleri, örgüt içi ve dışı ilişkilerinde alternatif yolları değerlendirebilmekte ve sosyal durumlara uyum sağlamak için daha başarılı olabilmektedir (Martin & Anderson, 1998; Maltby, Day, McCutcheon, Martin & Cayanus, 2004). Bununla beraber bilişsel esneklik düzeyi yüksek olan örgüt üyeleri, yeteneklerini daha etkili bir şekilde kullanabilmekte ve herhangi bir problemle karşılaştıklarında birden fazla çözüm yolu ve bakış açısı geliştirebilmektedir (Hill, 2008).

Konuyla ilgili araştırmalar incelendiğinde bilişsel esnekliğin sosyal yeterlilik ve kendini ayarlama ile ilgili pozitif, iletişimde isteksizlik ve katı bir tutum içinde olmayla negatif ilişkili olduğu görülmektedir (Martin & Rubin, 1994; Martin & Rubin, 1995). Bu sonuçlara bağlı olarak kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliği negatif yönlü etkilemesi beklenmektedir. Ancak örgütsel sinerji kavramı modele aracı değişken olarak eklendiğinde bu etkilerin azalması ya da pozitif dönüşmesi de araştırmanın bir diğer beklenen sonucudur.

Örgütsel Sinerji

Sinerji, etimolojik olarak Yunan dilinde birlikte çalışmak olarak anlamlandırılan 'synergos' kelimesinden gelmektedir. Ansoff (1991), örgütsel düzeyde bir tanım yaparak sinerjiyi, bir bütünün toplam etkisinin, onu meydana getiren parçaların teker teker yaratacağı etkilerden daha büyük olması anlamında açıklamıştır. Lee'ye göre (1993) örgütsel bağlamda sinerji, örgütün hayatta kalmasını ve sürdürülebilirliğini sağlayan, ilgili olmayan örgütsel parçalardan daha fazlasını oluşturan ve bilgi ve uygulama ilişkilerinin ürünü olan dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır. En yalın haliyle sinerji, bütünün bireysel uygulamaların toplamından daha fazla olması şeklinde yorumlanabilmektedir (Chadwick, 2010).

Örgüt içerisinde sinerji yaratabilmek için örgüt çalışanları arasında iş birliği oluşmasını sağlamak, yaratıcılıkla ilgili uygulamalar gerçekleştirmek, doğru iletişim kurmak gibi unsurların önemli olduğu belirtilmektedir (Doctoroff, 1977). Olumlu sinerji etkisi oluşturabilmek için ön koşullar; güven, etkili iletişim, hızlı geri bildirim ve yaratıcılıktır (Burke, 1983; Tschacher ve Brunner, 1992).

Conner (1993), bir grubun kapasitesini değerlendirilirken, grup üyelerinin gönüllüğünün ve kabiliyetlerinin dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Eğer bu faktörlerden birinde eksik varsa, grubun kapasitesi de düşük olacaktır. Aynı durum, sinerji geliştirme potansiyel kapasitesi için de geçerlidir. Yani, sinerjisi yüksek bir örgüt yaratmak için, örgüt üyeleri de gerekeni yapmak için istekli olmalı ve bunu yapabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Birçok örgüt yüksek sinerji sahibi olamamaktadır, çünkü örgüt üyeleri ya verimli olmak için çalışmaya gönüllü değildir ya da bunu ortaya çıkararak yetenek veya koşullar kendilerinde bulunmamaktadır (Mullen ve Keally, 1999).

Conner (1993) örgütlerde sinerji oluşabilmesi için etkileşim, takdir etme anlayışı, bütünleşme ve uygulamayı içeren dört adımlı bir süreç olması gerektiğini belirtmektedir. Etkileşim, sürecin ilk adımıdır ve bu adım olmadan diğer adımların oluşması mümkün gözükmemektedir. Etkileşimin üç unsuru; etkili iletişim, aktif dinleme ve güven yaratmaktır. Bu şekilde yanlış anlama, yabancılaşma ve çatışma gibi örgütün sorunlarını azaltan ve örgütün potansiyelini geliştiren bir etkileşim meydana gelmektedir. Takdir etme anlayışı, farklılıkları kullanma ve değerlendirme kapasitesidir. Örgüt üyelerinin takdir etme anlayışını güçlendirmek için her üyenin diğerlerinden neden farklı olduğunu ve farklılıkları takdir etmenin gerekliliğini anlamaları gerekmektedir. Takdir etme anlayışının oluşması için dört adım gerekmektedir. Bunlar açık bir iklim oluşturmak, olumsuz yargıyı ertelemek, empati kurmak ve değer çeşitliliği sağlamaktır (Akpolat ve

Levent, 2018). Bütünleşme süreci, örgütsel hedeflere ulaşabilmek için, örgüt üyelerinin örgüte tam anlamıyla uyum sağlamaları, onunla bir olmaları, kendi öznel ve sosyal yanlarını örgüt potasında eritmeleri anlamına gelmektedir. Örgüt içindeki tüm birimler, öngörülen hedefler doğrultusunda bir bütün olarak hareket edebilirler. Eğer örgüt bu seviyede bir bütünlüğe ulaşırsa belirsizliği tolere edebilir, kalıcı, esnek, yaratıcı ve seçici bir seviyeye ulaşabilir ve bu durum örgütün performansının artmasına sebep olabilir (Aytaç, 2004). Uygulama süreci ise istenilen çıktıların çeşitli bölümlerini etkili bir şekilde uygulamaktır. Başarılı uygulamanın anahtarları ekip odaklı kalmak, güncellenmek, izlemek ve güçlendirmek ve stratejik davranmaktır (Conner, 1993).

Örgütsel sinerji kavramı bu çalışmaya aracı değişken olarak dahil edilirken kullanılan ölçek Conner'ın (1993) ortaya koymuş olduğu sürece odaklı olarak geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan etkileşim ve takdir etme alt boyutu, etkili iletişim, aktif dinleme, güven yaratma, açık bir iklim oluşturma, olumsuz yargıyı erteleme, empati kurma ve değer çeşitliliği kavramlarını barındırmaktadır. Örgüt içinde etkileşimin üst düzeyde olması, bireyler arasındaki iletişim kanallarının açık ve şeffaf olmasını sağlamaktadır. Bu durum örgüt içinde hem sağlıklı bir iletişimin ve iklimin oluşmasını sağlar hem de örgüt içindeki güven unsurunu artırır (Handy, 1998). Takdir edilmek ise örgüt çalışanlarının yönetici ve diğer çalışma arkadaşları tarafından değer görmesi, önemsenmesi ve ödüllendirilmesi anlamlarını taşımaktadır. Kısaca takdir edilmek, maddi ve manevi unsurların birleşiminden oluşan ve örgütsel sinerjiyi yüksek düzeyde destekleyen önemli bir motivasyon unsurudur (Weis, 1993). Bütünleşme alt boyutu, belirsizlikleri tolere etme, kalıcı, esnek, yaratıcı ve seçici olabilmek özelliklerinden oluşmaktadır. Bu bağlamda bütünleşme, örgüt içindeki bireylerin örgütsel amaçlar doğrultusunda bir araya gelmesi ve ortak hedef doğrultusunda çalışmalarını sürdürmesi anlamına gelmektedir. Bütünleşme sayesinde örgüt içindeki bireyler, birbirlerini olumlu yönde etkileyerek sosyal bir yapı oluşturmaktadır (Karaman and Aylan, 2012). Strateji alt boyutu, büyük resmi görmek, uzun dönemli planlar yaparak geleceğe bakmak, sorunları çok yönlü bakış açılarıyla ele almak, her farklı görüşün desteğini almak ve her farklı görüşe destek vermek anlamlarına gelmektedir. Ayrıca strateji, bir işletmenin nasıl rekabet edeceği, hedeflerinin ne olması gerektiği ve bu hedefleri gerçekleştirmek için hangi politikalara ihtiyaç duyulacağı konularının bir bütününden oluşmaktadır (Porter, 2000). Son olarak güncellenme ve güçlenme alt boyutu ise değişen uygulama ve koşullara göre kendisini ve dolayısıyla bağlı bulunduğu örgütü geliştirmek ve örgüt üyelerinin en iyi özelliklerini örgüte aktararak örgütün etkinlik ve verimliliğini artırma çabalarını içermektedir (Mullen ve Keally, 1999). Güncelleme konusunda bazı örgüt üyeleri diğerlerine oranla daha hızlı hareket edebilirler. Buna bağlı olarak oluşabilecek düzensiz hareketler, insanların birbirleriyle adım atmama riskini artıracak ve toplam çabanın sinerjisi azalacaktır. Sonuç olarak, grubun ortak hedeflerine ve karşılıklı dayanışmasına saygılı olarak takım odaklı kalmak önemlidir. Uygulama sürecinde koşullar ve ortamlar değişebilir. Bu durumda, örgütün uygulama ve eylem planına göre bir güncelleme yapılmalıdır. Ayrıca örgüt üyelerinin etkin bir şekilde çalışabilmeleri için grup çalışması içinde güçlendirilmiş olması ve katılımcıların ilgilerinin olması gerekmektedir. İnsanlar, duruma, sürece ya da sonuca katkıda bulunabilecekleri değerli bir şeyleri olduğuna inandıklarında yetkilendirilmektedirler. Bununla birlikte, grup içinde yetkilendirilerek güvenildiğini hisseden üyeler, bakış açılarını paylaşmaya, yaratıcılıklarını ve yeni fikirler için potansiyellerini artırmaya daha isteklidirler. Bu bağlamda, örgüt çalışanları düşündükleri ya da hissettikleri şeyleri söylemede kendilerini rahat hissedersen, hedef ve süreçlere önemli ölçüde katkıda bulunabileceklerdir (Mullen and Lick, 1999).

Yöntem

Örnekleme

Araştırma örneklemini ile ilgili İstanbul ilindeki lojistik firmaları telefon yoluyla aranarak yöneticileriyle görüşme sağlanmıştır. Araştırmada lojistik sektörünün seçilmiş olmasının temel nedeni, yoğun teknoloji kullanılması ve sektörün hızla gelişiyor olmasıdır. Bu bağlamda sektör içindeki dinamiklerin hızla değişiyor ve gelişiyor olmasının örgüt çalışanlarını negatif anlamda zorlayabileceği düşünülerek bu sektörde karar kılınmıştır. Temasa geçilen 373 firmadan 124'ü olumlu geri dönüş yapmış ve her bir firmadan iki çalışan olmak kaydıyla anket çalışmaları gerçekleştirilmek istenmiştir ve toplamda 247 adet anket doldurulmuştur. Bu şekilde homojen bir araştırma gerçekleştirilmek hedeflenmiştir. Katılımcıların 92'si kadın (% 37) ve 155'i erkektir (% 63). Örneklemin yaş aralığı 20 ile 50 arasında değişirken, yaş ortalaması 26.4 yıldır (S: 1.23). Ayrıca katılımcıların 86'sı orta düzey yönetici (% 35), 161'i ise çalışanlardan (% 65) meydana gelmektedir.

Veri Toplama Araçları

Demografik Bilgi Formu. Katılımcıların yaş, cinsiyet, örgüt içinde buldukları pozisyon sosyo-demografik özelliklerini belirlemek amacıyla düzenlenmiştir.

Kararsız Özdeşleşme Ölçeği. Hayashi (2014) tarafından üniversite öğrencilerinin okullarıyla olan bağlılıkları ve aidiyet duygularını bilişsel ve duygusal olarak ölçmek için geliştirilmiştir. Ölçek iki Japon üniversitesindeki lisans öğrencilerine dağıtılmış olup toplam 12 ifade ve iki alt boyuttan meydana gelmektedir. Bu boyutlardan biri bilişsel boyut diğeri ise duygusal boyut olarak adlandırılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik değerlerine bakıldığında (Cronbach's alpha) bilişsel boyutun 0.883, duygusal boyutun ise 0.768 olduğu görülmektedir. Bu değerler güvenilirlik analizinde sınır kabul edilen 0.700 değerinin üzerinde olduğu için ölçeğin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

Bilişsel Esneklik Ölçeği. Ölçek Bilgin (2009) tarafından üniversite öğrencilerinin seçeneklerinin farkında olması, yeni durumlara uyum sağlaması ve bu durumlara ilişkin olarak kendisini yetkin hissetmesi durumlarını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Psikolojik Danışma ve Rehberlik Anabilim Dalı ile Okul Öncesi Öğretmenliği birinci sınıf öğrencilerine dağıtılmış olup 19 ifade ve iki alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar alternatifler ve kontrol olarak adlandırılmıştır. Araştırmada ölçeğin bütünü için bulunan güvenilirlik katsayısının (Cronbach's alpha) 0.920 olduğu görülmüştür.

Örgütsel Sinerji Ölçeği. Ölçek Akpolat ve Levent (2018) tarafından ilköğretim öğretmenlerinin içinde buldukları eğitim örgütünde algıladıkları örgütsel sinerji düzeyini ortaya koymak için geliştirilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, İstanbul ili Eyüp ilçesinde bulunan ilk ve ortaokullarda görev yapan 778 öğretmen oluşturmuştur. Ölçek 31 ifade ve dört alt boyuttan meydana gelmektedir. Bu boyutlar; etkileşim ve takdir etme, bütünlük, strateji, güncellenme ve güçlenme olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin tamamı için bulunan güvenilirlik katsayısı (Cronbach's alpha) 0.970 olup ölçek 1-7 arası Likert tipi puanlanan bir ölçektir.

İşlem

İstanbul ili sınırları içinde yer alan lojistik firmaları telefon yoluyla aranarak yöneticileriyle görüşme sağlanmıştır. Alınan izin neticesinde katılımcılara anket internet üzerinden e-posta yoluyla gönderilmiştir. Bilgilendirme formuyla araştırmann içeriği katılımcılara aktarılmış, gönüllü katılımın önemi vurgulanmıştır. Katılımcılar, ankette yer alan demografik form ve ölçekleri doldurarak araştırmaya katkı sağlamıştır. Anketin doldurulma süresi ortalama 15-20 dakika sürmektedir.

Bulgular

Araştırmann güvenilirliği, composite scale reliability (CR), Cronbach's alpha ve elde edilen ortalama varyans (AVE) ile değerlendirilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere CR ve Cronbach's alpha değerlerinin 0.70 değerini aştığı görülmüştür. AVE değerlerinin de tüm değerlerin 0.50'nin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca değişkenler arasındaki korelasyon değerlerinin de $p < 0.01$ düzeyinde anlamlı oldukları görülmektedir.

Tablo 1. Cronbach's alpha, CR, AVE, Anlamlılık, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Anl.	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8
Kararsız Özdeşleşme 1 Bilişsel İfadeler (Ters ölçek)	2.69	1.31	1							
Kararsız Özdeşleşme 2 Duygusal İfadeler (Ters ölçek)	3.34	1.74	.563**	1						
Örgütsel Sinerji 1 Etkileşim ve Takdir Etme	5.30	1.36	-.638**	-.484**	1					
Örgütsel Sinerji 2 Bütünleşme	5.28	1.11	-.509**	-.391**	.553**	1				
Örgütsel Sinerji 3 Strateji	4.98	1.25	-.939**	-.606**	.627**	.491**	1			
Örgütsel Sinerji 4 Güncellenme ve Güçlenme	4.62	1.55	-.324**	-.579**	.330**	-.342**	.379**	1		
Bilişsel Esneklik 1 Alternatifler	5.76	1.04	-.600**	-.503**	.632**	.521**	.613**	.405**	1	
Bilişsel Esneklik 2 Kontrol	4.56	1.43	-.532**	-.920**	.471**	.405**	.583**	.679**	.491**	1
		α	.933	.956	.912	.933	.882	.892	.959	.917
		CR	.912	.924	.892	.914	.866	.856	.938	.902
		AVE	.605	.509	.656	.573	.617	.599	.521	.634

** işaretli bileşenler arasındaki bire bir ilişkiler $p < 0,01$, *işaretli ise $p < 0.05$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir.

Kararsız Özdeşleşmenin Bilişsel Esnekliğe Olan Etkisi

Araştırma öncelikle kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliğe olan etkisine odaklanmaktadır. Sonrasında ise modele aracı değişken olarak örgütsel sinerji kavramı eklenecektir. Daha önce alanyazında böyle bir çalışma olmadığı için yakın kavramlarla hipotez geliştirme çalışması yapılmak durumundadır. Buna bağlı olarak kararsız özdeşleşmenin pozitif yönlü ifadesi olan örgütsel özdeşleşme ile ilgili çalışmalara odaklanılmıştır. Özel bir sosyal kimlik biçimi olarak örgütsel özdeşleşme, "bir grubun başarıları ve başarısızlıklarıyla ilgili doğrudan veya dolaylı bir deneyim içeren bir gruba bağlılık veya birlik algısı" anlamına gelir (Ashfort ve Mael, 1989). Daha sonra Pratt (1998) bu yapının, bireylerin bir organizasyon hakkındaki inançlarının kendine referanslı hale gelebileceği benzersiz bir süreç olduğunu belirtmiştir. Ng (2015) örgütsel özdeşleşmenin, bir çalışanın örgütü kendi kimliğinin veya benlik kavramının bir parçası olarak gördüğü

boyut olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle, önceki araştırmalara dayanarak, bu tanımın psikolojik yönleri benlik kavramı ve örgütle algılanan birliklidir.

Örgütsel özdeşleşme, "Kuruluşla ilişkili olarak kendimi nasıl algılıyorum?" sorusuna yanıt verir. (Pratt, 1998). Aynı zamanda, kişinin örgüte olan bağlılığını güçlendirir ve olumlu yönde etkiler (Ashfort ve Mael, 1989 ; Chen vd. , 2015). Dolayısıyla, örgütsel özdeşleşme örgütsel bağlılığın önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilebilir (Gibney vd. , 2011 ; Lee vd. , 2017). Göre Cheney (1983) ,Örgütsel özdeşleşmenin bazı önemli bağlantıları, "motivasyon, iş tatmini, iş performansı, bireysel karar verme, rol oryantasyonu ve çatışma, çalışan etkileşimi ve hizmet süresi dahil olmak üzere çeşitli iş tutumları, davranışları ve sonuçları" ile kurulmuştur (Cheney, 1983). Ek olarak, örgütsel özdeşleşmenin ve bağlılığın düşük düzeyde olmasının, yüksek bir devir oranına ve devamsızlığa yol açtığını ve bu durumun örgütsel performansı büyük ölçüde etkilediğini belirtmek gerekir (Gonzalez ve DeNisi, 2009). Kreiner and Ashforth (2004) defined organizational identification as a desirable attachment made by individuals to their respective users. Örgütsel özdeşleşmenin hem olumlu hem de olumsuz biçimlerini değerlendirdiler. Onlara göre örgütsel özdeşleşmenin güçlü tanımı "bir kişinin organizasyonun çoğu yönüne karşı olumlu tavırlar sergilediği benzersiz bir psikolojik durumdur." Zayıf tanımı ise "kuruluşun çeşitli yönleriyle hem özdeşleşmenin hem de özdeşleşmemenin psikolojik bir durumudur. Bir insan bazılarında hoşlanırken diğerlerinden nefret eder." Daha önce de belirtildiği gibi kararsız özdeşleşme, örgütsel psikolojisi ve örgüt bilimleri alanlarında önemli bir sorun olarak görülmektedir; çünkü bu durum örgütsel kimlik bağlamında örgüt üyelerini olumsuz bir şekilde etkilemektedir ve firmaya olan bağlılıklarını ve performanslarını azaltmaktadır (Schuh, Van Quaquebeke, Göritz, Xin, De Cremer & Van Dick, 2016).

Araştırma bağlamında ilk önce Türkiye'deki çalışmalara odaklanılmıştır ve şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Aktaş ve Akdemir'in (2019) Ankara'da yer alan 843 belediye çalışanıyla yapmış olduğu çalışmada örgütsel özdeşleşme ile örgüte kendini adama, işte enerjik olma, işi benimseme, iş gören performansı arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğu görülmüştür. Örgütsel özdeşleşme, örgüt üyesine işle ilgili güven vermekte ve işin bireyin değerlerine uygunluğu gibi psikolojik şartların oluşmasına katkı yapmaktadır. Bu durum, örgüt üyelerinin kendilerini örgüte adanmalarında önemli rol oynamaktadır (Kanten, 2012). Bu sonuca bağlı olarak kararsız özdeşleşmenin bu ve buna benzer bağımlı değişkenleri negatif bir şekilde etkileyeceği öngörülmektedir. Aktan'ın (2019) İstanbul ve Ankara illerinde bulunan Sağlık Bakanlığına bağlı 41 hastane ve 232 hastane yöneticisi üzerinde yapmış olduğu çalışmada örgütsel özdeşleşme düzeylerinin algılanan performans düzeyleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Bu noktada araştırmanın bağımlı değişkenleri olan alternatifler ve kontrol değişkenlerinin örgütün olumlu bir şekilde yönetilmesine sebep olabileceği düşünülerek modele kararsız özdeşleşme dâhil edilmiştir. Ancak bu noktada kararsız özdeşleşmenin örgütsel özdeşleşmenin tersine bu bağımlı değişkenleri olumsuz bir şekilde etkileyeceği varsayılmaktadır. Mete'nin (2018) savunma sektörü kuruluşlarından 315 örgüt üyesiyle yapmış olduğu çalışmada örgütsel vatandaşlık ve örgütsel özdeşleşme kavramları ile inovatif çalışma davranışları arasında olumlu ilişkiler olduğu saptanmıştır. Buna bağlı olarak örgütsel vatandaşlık ve örgütsel özdeşleşme değişkenlerinin tersi olan kararsız özdeşleşmenin bu ve benzeri bağımlı değişkenleri olumsuz yönde etkileyebileceği düşünülmüştür. Yılmaz (2018), Gaziantep Büyükşehir Belediyesi, Şahinbey Belediyesi ve Şehit Kamil Belediyesinde çalışan 1525 örgüt üyesi ile psikolojik güçlendirme ve örgütsel özdeşleşme kavramları ilişkisini incelemiş ve aralarında pozitif yönlü ilişki bulmuştur. Bu çalışmada kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliğe etkisinde aracı rolü üstlenen örgütsel sinerjinin, kararsız özdeşleşmenin örgütsel özdeşleşme kavramına dönüşmesinde

etkisi olabileceği düşünülerek araştırma modeli oluşturulmuştur. Harbalioglu'nun (2018) Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çalışan 390 örgüt üyesi ile yapmış olduğu çalışmada örgüt üyelerinin iletişimsel, iklimsel, örgütsel karar verme ve davranışsal etik algılarında meydana gelen bir birimlik artışın, örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu görülmektedir. Bu duruma bağlı olarak örgütsel karar verme değişkeni göz önünde bulundurulmuş ve onun yerine bilişsel esneklik ve alt boyutları olan kontrol ve alternatif bağımlı değişkenleri modele eklenmiştir.

Konuyla ilgili yurt dışında gerçekleştirilen çalışmalar ise şu şekildedir:

Abbasi ve diğerlerinin (2020) Pakistan'da yer alan 276 banka çalışanıyla yapmış olduğu çalışmada örgütsel özdeşleşmenin, yüksek performanslı çalışma sistemini olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Ayrıca modelde psikolojik güçlendirme değişkeni aracı olarak kullanılmıştır. Buna bağlı olarak özdeşleşme durumunun yüksek olduğu bireylerde performansın da aynı şekilde yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Valle ve diğerleri (2020) ABD'de üniversite bünyesinde çalışan 247 kişiyle yapısal eşitlik modelini kullanarak bir çalışma gerçekleştirmiştir. Buna göre daha güçlü çalışan-organizasyon ilişkilerinin olumlu bireysel ve örgütsel sonuçlara yol açtığı görülmüştür. Ayrıca örgütleriyle özdeşleşen bireylerin daha memnun ve işlerine daha bağlı oldukları tespit edilmiştir. Bunların hepsi olumlu ve değerli sonuçlardır ve örgütsel özdeşleşme, bu ilişkileri anlamının merkezi olarak görülmektedir. Zagenczyk ve diğerleri (2020) ABD'de bulunan bir sağlık kuruluşundan 254 kişiyle görüşmeler gerçekleştirmiştir. Sonuçlara göre örgütsel özdeşleşme ile algılanan organizasyonel destek ve etik iklim arasında olumlu ilişkiler bulunmuştur. Bu durum örgütün pozitif yönlü ve etik kurallara uygun yönetilmesinde örgütsel özdeşleşmenin önemli bir rolü olduğunu ortaya koymaktadır. Porck ve diğerleri (2020) Batı Avrupa'da yer alan büyük bir teknik servis şirketinde örgütsel özdeşleşme ile ilgili bir çalışma gerçekleştirdi. Buna göre örgütsel özdeşleşmenin gruplar arası stratejik fikir birliğini artırttığı görüldü. Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin örgüte bağlılık, örgüt içi iletişim değişkenleri ile arasında yüksek düzeyde ilişki tespit edildi.

Bu bilgiler ışığında araştırmanın hipotezleri ve bulguları şu şekilde ortaya konulmaktadır:

Kararsız özdeşleşme bağımsız değişkeninin bilişsel esneklik bağımlı değişkeninin alt boyutu olan alternatifler değişkenini negatif şekilde etkilemesi beklenmektedir. Çünkü örgütün belirli özellikleriyle ilgili hem pozitif hem de negatif bilişsel ve duygusal durum yaşayan örgüt üyelerinin alternatifler arasından karar verebilmesi mümkün gözükmemektedir.

H1a: Kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan bilişsel ifadeler, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan alternatifler boyutunu negatif yönlü olarak etkilemektedir.

Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda bilişsel ifadeler bağımsız değişkeninin alternatifler bağımlı değişkenini negatif bir şekilde etkilediği görülmektedir ($\beta = -0.60$, $p < 0.01$). Buna bağlı olarak bulunduğu örgüte aidiyet duyguları besleyen ve beslemeyen, bulunduğu örgüt için başkalarının ne düşündüğü ile ilgili karmaşık düşünceleri olan, örgütünü hem olumsuz şekilde eleştiren ancak diğer taraftan da örgütüyle ilgili olumlu düşüncelere sahip olan örgüt üyelerinin örgüt ile ilgili durumlarda alternatifler arasından seçim yapması mümkün gözükmemektedir.

H1b: Kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadeler, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan alternatifler boyutunu negatif yönlü olarak etkilemektedir.

Regresyon analizi sonucuna bağlı olarak duygusal ifadeler bağımsız değişkeninin alternatifler bağımlı değişkenini negatif bir şekilde etkilediği görülmektedir ($\beta = -0.50$, $p < 0.01$). Örgüt üyelerinin örgütlerine olan duygusal yaklaşımları tam bir netlik içermediği

ve iki yarı zıt duyguyu eşit biçimde barındırdığı için kişinin yine alternatifler konusunda problem yaşaması oldukça doğal bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Kararsız özdeşleşme bağımsız değişkeninin bilişsel esneklik bağımlı değişkeninin alt boyutu olan kontrol değişkenini negatif şekilde etkilemesi beklenmektedir. Çünkü bulunduğu örgüt ile ilgili zıt bilişsel ve duygusal durumlara sahip olan örgüt üyelerinin örgüt ile ilgili konularda kontrolünü elinde bulundurarak karar vermesi ve sorunları çözmesi beklenmemektedir.

H_{2a}: Kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan bilişsel ifadeler, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutunu negatif yönlü olarak etkilemektedir.

Regresyon analizi sonucunda bilişsel ifadelerin kontrol boyutunu negatif bir şekilde etkilediği görülmektedir ($\beta = -0.53$, $p < 0.01$). Bilişsel olarak zıt düşüncelere sahip örgüt üyelerinin daha önce de öngörüldüğü üzere kontrol mekanizmasını elinde tutmadığı analiz sonuçlarına bağlı olarak da tespit edilmiştir. Bilişsel anlamda iki yarı zıt düşünceye sahip olan örgüt üyelerinin işleri ile ilgili kontrolünü sağlayamaması öngörülen bir durumdur.

H_{2b}: Kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadeler, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutunu negatif yönlü olarak etkilemektedir.

Bu bölümdeki regresyon analizleriyle ilgili en çarpıcı sonuç bu hipoteze bağlı olarak gerçekleşmiştir. Duygusal ifadelerinde zıt durumlara sahip örgüt bireylerinin kontrolü elinde tutması analiz sonuçlarına göre de mümkün değildir ($\beta = -0.92$, $p < 0.01$). Ancak bu analiz sonucunda ortaya çıkan sayısal ifadeler diğer sonuçların değerlerinin neredeyse iki katıdır. Bu bağlamda özellikle duygusal anlamda kararsız özdeşleşme içinde olan örgüt üyelerinin kontrol konusunda oldukça problem yaşadığını söylemek mümkündür. Başka bir deyişle örgüt üyelerinin duygusal anlamdaki davranış ve yaklaşımları, onların işleri üzerinde kontrol sahibi olmalarını engellemektedir.

Kararsız Özdeşleşmenin Bilişsel Esnekliğe Etkisinde Örgütsel Sinerjinin Aracı Rolü

Araştırma aşağıdaki hipotezler doğrultusunda analizlerini sürdürmektedir. Bu noktada araştırmaya aracı değişkenler dâhil edildiği için Baron ve Kenny (1986) tarafından ortaya konan üç koşul göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar;

1. Bağımsız değişkenin, aracı değişken üzerinde bir etkisi olmalıdır.
2. Bağımsız değişken, bağımlı değişken üzerinde etkili olmalıdır.
3. Aracı değişken, ikinci adımdaki regresyon analizine eklendiğinde; bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasında anlamlı olmayan ilişki ortaya çıkarsa tam aracılık etkisinden; bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki azalma meydana gelirse kısmi aracılık etkisinden söz etmek mümkündür.

Bu koşullara bağlı olarak analizleri aşağıdaki tabloyla özetlemek mümkündür:

Tablo 2. Aracı Değişkenin Yer Aldığı Hipotez Sonuçları

Hipotezler	1. Adım	2. Adım	3. Adım	Sonuç
H₃: Örgütsel sinerji değişkeninin, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>alternatifler</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	-	-	-	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{3a}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>etkileşim ve takdir etmenin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u>, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>alternatifler</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.63$ p <0.01	$\beta = -0.60$ p <0.01 $R^2 = 0.36$	$\beta = -0.33$ p <0.01 $R^2 = 0.46$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{3b}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>bütünleşmenin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u>, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>alternatifler</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.50$ p <0.01	$\beta = -0.60$ p <0.01 $R^2 = 0.36$	$\beta = -0.45$ p <0.01 $R^2 = 0.42$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{3c}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>stratejinin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>alternatifler</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.93$ p <0.01	$\beta = -0.60$ p <0.01 $R^2 = 0.36$	$\beta = -0.34$ p <0.05 $R^2 = 0.39$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{3d}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>güncellenme ve güçlenmenin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>alternatifler</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.32$ p <0.01	$\beta = -0.60$ p <0.01 $R^2 = 0.36$	$\beta = -0.52$ p <0.01 $R^2 = 0.40$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H₄: Örgütsel sinerji değişkeninin, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>kontrol</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	-	-	-	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{4a}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>etkileşim ve takdir etmenin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>kontrol</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.32$ p <0.01	$\beta = -0.53$ p <0.01 $R^2 = 0.28$	$\beta = -0.39$ p <0.01 $R^2 = 0.31$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{4b}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>bütünleşmenin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u>, bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>kontrol</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.50$ p <0.01	$\beta = -0.53$ p <0.01 $R^2 = 0.28$	$\beta = -0.44$ p <0.01 $R^2 = 0.30$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{4c}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>stratejinin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>kontrol</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.93$ p <0.01	$\beta = -0.53$ p <0.01 $R^2 = 0.28$	$\beta = -0.13$ p >0.01 $R^2 = 0.34$	Tam aracı rolü desteklendi.
H_{4d}: Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan <u>güncellenme ve güçlenmenin</u>, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>bilişsel ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>kontrol</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.32$ p <0.01	$\beta = -0.53$ p <0.01 $R^2 = 0.28$	$\beta = -0.34$ p <0.01 $R^2 = 0.56$	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H₅: Örgütsel sinerji değişkeninin, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan <u>duygusal ifadelerin</u> bilişsel esnekliğin alt boyutu olan <u>alternatifler</u> boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	-	-	-	Kısmi aracı rolü desteklendi.

H_{5a} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan etkileşim ve takdir etmenin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin , bilişsel esnekliğin alt boyutu olan alternatifler boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.48$ p <0.01	$\beta = -0.50$ p <0.01 R ² = 0.25	$\beta = -0.25$ p <0.01 R ² = 0.45	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{5b} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan bütünleşmenin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin , bilişsel esnekliğin alt boyutu olan alternatifler boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.39$ p <0.01	$\beta = -0.50$ p <0.01 R ² = 0.25	$\beta = -0.35$ p <0.01 R ² = 0.37	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{5c} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan stratejinin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutu olan alternatifler boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.60$ p <0.01	$\beta = -0.50$ p <0.01 R ² = 0.25	$\beta = -0.17$ p <0.01 R ² = 0.39	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{5d} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan güncellenme ve güçlenmenin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutu olan alternatifler boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.57$ p <0.01	$\beta = -0.50$ p <0.01 R ² = 0.25	$\beta = -0.40$ p <0.01 R ² = 0.27	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H₆ : Örgütsel sinerji değişkeninin, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	-	-	-	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{6a} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan etkileşim ve takdir etmenin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.48$ p <0.01	$\beta = -0.92$ p <0.01 R ² = 0.84	$\beta = -0.89$ p <0.01 R ² = 0.85	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{6b} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan bütünleşmenin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin , bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.39$ p <0.01	$\beta = -0.92$ p <0.01 R ² = 0.84	$\beta = -0.89$ p <0.01 R ² = 0.85	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{6c} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan stratejinin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.60$ p <0.01	$\beta = -0.92$ p <0.01 R ² = 0.84	$\beta = -0.88$ p <0.01 R ² = 0.85	Kısmi aracı rolü desteklendi.
H_{6d} : Örgütsel sinerji değişkeninin alt boyutu olan güncellenme ve güçlenmenin , kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol boyutuna etkisinde aracı rolü bulunmaktadır.	$\beta = -0.57$ p <0.01	$\beta = -0.92$ p <0.01 R ² = 0.84	$\beta = -0.78$ p <0.01 R ² = 0.88	Kısmi aracı rolü desteklendi.

Analizler göz önünde bulundurulduğunda tüm ana hipotezlerin kısmi olarak desteklendiği görülmektedir. Kararsız özdeşleşmenin iki boyutunun da bilişsel esnekliğin boyutlarını negatif yönlü etkiledikleri H_{1a}, H_{1b}, H_{2a} ve H_{2b} hipotezlerinde analiz edilmiştir. Bu modele örgütsel sinerji ve alt boyutları aracı değişken olarak dahil olduğunda ise kararsız özdeşleşme yaşayan örgüt üyelerinin bilişsel esneklik konusunda alternatifleri daha iyi değerlendirdikleri ve kontrol mekanizmasını daha başarılı yönettikleri görülmektedir. Özellikle analizle ilgili çarpıcı sonuçlara bakılacak olursa H_{3a} hipotezinde yer alan etkileşim ve takdir etme boyutunun güçlü bir aracı değişken olduğunu söylemek mümkündür. Yine H_{4d} hipotezinde güncellenme ve güçlenmenin

hipotezi yüksek düzeyde etkilediği görülmektedir. Ayrıca H_{5d} hipotezinin dışındaki tüm aracı değişkenlerin buldukları hipotezleri yüksek düzeyde etkiledikleri analiz edilmiştir.

Son olarak H_{4c} hipotezinde yer alan aracı değişkenin diğer hipotezlerin aksine tam aracılık etkisi olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre örgütsel sinerjinin alt boyutlarından biri olan stratejinin, kararsız özdeşleşmenin alt boyutu olan bilişsel ifadelerle bilişsel esnekliğin alt boyutu olan kontrol değişkeni arasında köprü görevi gördüğünü söylemek mümkündür. Diğer bir deyişle bulunduğu örgütle ilgili hem olumlu hem de olumsuz düşüncelere sahip olan örgüt üyelerinin zor durumlarla karşılaştıklarında karar verebilmeleri ve kontrollerini kaybetmemeleri oldukça zor görünmektedir. Bu gibi durumlarda yüksek düzeyde stres yaşamaları ve farklı seçeneklerin içinde boğulmaları içten bile değildir. Sonuç itibarıyla tam olarak ne yapacağını bilemeyen ve kendini güçsüz eden bireyler olmaktan öteye gidememektedirler. Ancak örgüt içinde onları yönlendirebilecek ve motive edebilecek bir strateji yönetiminin bu durumları azalttığı analiz sonuçlarında ortaya çıkmıştır. Örgütün içinde tüm örgütsel sinerji alt boyutlarının önemli olduğu görülmektedir. Ancak strateji tam aracılık etkisiyle diğerlerinden biraz daha ön plana çıkmaktadır.

Sonuçlar ve Tartışma

Bu çalışma kararsız özdeşleşme tutumu içinde olan örgüt bireylerinin kontrolü elde tutabilmesi ve alternatif durumlarda doğru seçeneğe ulaşabilmesi için örgütsel sinerji ve alt boyutlarının aracı rolünün olup olmadığı sorusuna cevap aramak için gerçekleştirilmiştir. Alanyazında bu çalışmada oluşturulan modelle ilgili herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Mevcut araştırma ilk olarak kararsız özdeşleşmenin alt boyutları olan bilişsel ve duygusal ifadelerin bilişsel esnekliğin alt boyutları olan alternatifler ve kontrol değişkenlerine olan etkisini incelemiştir. Bu bağlamda kararsız özdeşleşmenin bilişsel esnekliği negatif yönlü bir şekilde etkilediği görülmektedir. Bu sonuç H_{1a} , H_{1b} , H_{2a} ve H_{2b} 'yi doğrular niteliktedir. Diğer bir deyişle örgüt üyelerinin bağlı oldukları örgütleriyle ilgili aynı anda hissettikleri olumlu ve olumsuz duygu ve düşünceleri onların hem kendilerini örgütle ilgili konularda kontrol altında tutmalarına hem de alternatifler arasında seçim yapmalarına engel olmaktadır. Kreiner ve Ashforth'göre (2004), bir örgütte tutarsız ve çelişkili bir ortam varsa bunun temel nedeni kararsız özdeşleşme tutumuna sahip örgüt üyeleridir. Araştırmanın şu ana kadar gerçekleştirilen analizleri bu cümleyi doğrular niteliktedir. Daha sonra araştırma modeline örgütsel sinerji aracı değişken olarak eklenmiş ve kararsız özdeşleşme ile bilişsel esneklik değişkenleri arasındaki gücü olumlu yönde artırması beklenmiştir. Yapılan analizler sonucunda beklentiler fazlasıyla gerçekleşmiştir. Aracı değişken ile ilgili hipotezlerden biri tam aracılık etkisine sahipken diğerleri kısmi aracı etkisine sahip olarak araştırmadaki yerini almıştır.

Araştırmadaki dikkat çeken sonuçlara bakıldığında ilk sırayı H_{4c} hipotezi almaktadır. Bilişsel ifadeler yani örgütle ilgili olumlu ve olumsuz düşüncelere sahip örgüt üyelerinin iyi bir strateji yönetimi ile örgütle ilgili kararlar alma ve alternatifleri belirleyip seçme konularında başarılı olabildikleri görülmektedir. Diğer bir deyişle örgüt içinde iş bölümü, işlerin yapılma zamanları, nasıl yapılacağı ve sürecin nasıl işleyeceği herkesin fikrine açık bir şekilde şeffaf bir anlayışla yönetiliyorsa, örgüt üyelerinin örgütle ilgili olumsuz düşüncelerinde düşüş gözlemlenmektedir. Önemli olan tüm bu durumların örgüt içi yönetim stratejisi olarak benimsenmesi ve uygulanmasıdır (Tokgöz ve Yılmaz, 2008; Uysal ve Yıldız, 2014; Yılmaz, 2015). Bu hipotez tam olarak desteklenmiş olup araştırmanın en önemli bulgusu niteliğindedir. Ayrıca hem bilişsel hem de duygusal açıdan kararsız özdeşleşme tutumu içinde olan bireylerin, örgütleriyle etkileşim içinde

olması ve örgüt üyelerinin birbirini takdir etmesi örgütle ilgili birtakım belirsizleri ortadan kaldırmaktadır. Örgüt üyesi, diğer üyelerin başarılarından memnuniyet duyuyorsa, onların fikirlerini dikkate alıyor ve uyguluyorsa, iş arkadaşlarına empati ile yaklaşabiliyorsa, örgüt içinde saygı unsuru ön planda tutuluyorsa örgütle ilgili düşünceler belirsizlik durumdan olumluya doğru ilerlemektedir. Çünkü bu noktada iki taraflı fayda sağlayıcı davranışlar sergilenmektedir ve bu durum örgüte olan inancı ve bağlılığı artırmaktadır (Kerse ve Karabey, 2019).

Örgüt içinde örgüt üyelerinin bütünleşmesi yani hedefe yürüyen tek bir vücut gibi hareket etmesi de örgüt üyelerinin olumlu düşüncelerini artırmaktadır. Örgüt içinde esnek hareket alanı bulabilen ve buna bağlı olarak inisiyatif alabilen, işlerin bazen rutinden çıkmasını sağlayıp farklı yöntemler deneyebilen, fikir alışverişleriyle sorunları beraber çözmek için hareket eden örgüt üyelerinin örgütle ilgili düşünceleri ve duyguları olumlu yönde seyretmektedir. Son olarak yenilikleri takip eden ve başarısızlıklardan ders çıkaran örgütlerdeki üyeler de bu kültür yapısından etkilenerek örgütleriyle ilgili olumlu düşüncelere sahip olmaktadır. Tüm bu olumlu düşünceler örgüt üyelerinin hem kendilerini hem de yaptıkları işleri kontrol altında tutmalarını sağlamaktadır (Karacaoğlu ve İnce, 2013; Kerse ve Karabey, 2019). Ayrıca örgüt üyesi, iş ile ilgili farklı alternatifler oluşturabilmekte ve duruma göre doğru olanı seçebilmektedir.

Araştırmanın bir takım kısıtları bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi araştırmanın lojistik sektörüne ait firmalarda yapılmış olmasıdır. Araştırmada en az 400 anket hedefi konmuş ancak sadece 247 adet geri dönüş gerçekleşmiştir. Bu sayının gelecek araştırmalarda artırılması bulguların güvenilirliği adına gereklidir. İkinci olarak modele farklı değişkenler eklenmesi araştırmanın modelinin genişlemesine katkı yapabilir ve daha geniş açılı sonuçlar ortaya çıkabilir.

Özetle bu araştırmaya kadar kararsız özdeşleşme, örgütsel sinerji ve bilişsel esnekliğin aynı modelde yer aldığı başka bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu anlamda araştırmanın bulguları, ilgili alanyazına katkı verici niteliktedir. Bulgular sadece akademisyenler için değil profesyoneller için de faydalı olabilir. Makalede ortaya çıkan bulgu ve sonuçlar, konuyla ilgili bundan sonraki çalışmalara ışık tutabilir, yeni araştırma sorularının üretilmesine sebep olabilir.

KAYNAKLAR

- ABBASI, S. G., SHABBIR, M. S., ABBAS, M., & TAHIR, M. S. (2020). HPWS and knowledge sharing behavior: The role of psychological empowerment and organizational identification in public sector banks. *Journal of Public Affairs*, e2512.
- AKPOLAT, T., & LEVENT, A. F. (2018). Öğretmenlere yönelik örgütsel sinerji ölçeğinin geliştirilmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 728-744.
- AKTAN, T. (2019). Hastanelerin performansı ve kaynak yönetimi ile hastane yöneticilerinin örgütsel özdeşleşme ve bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Doctoral dissertation, Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara).
- AKTAŞ, K., & AKDEMİR, B. (2019). İşe Adanmışlık ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinin Performans Algısına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (77), 307-348.
- ALEXANDER, F. (1951). *Fundamentals of psychoanalysis*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- ANSOFF, H. I. (1991). Critique of Henry Mintzberg's 'The design school: reconsidering the basic premises of strategic management'. *Strategic Management Journal*, 12(6), 449-461.

ARGYRIS, C. (1957). *Personality and organization: the conflict between system and the individual*. New York: Harper.

ASHFORTH, B., ROGERS, K., & PRATT, M. (2010). Ambivalence in organizations. In *Annual meeting of the Academy of Management, Montreal*.

ASHFORTH, B. E., ROGERS, K. M., PRATT, M. G., & PRADIES, C. (2014). Ambivalence in organizations: A multilevel approach. *Organization Science*, 25(5), 1453-1478.

AYTAÇ, Ö. (2004). Örgütler: Sosyolojik bir perspektif. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 189-217.

BİLGİN, M. (2009). Bilişsel esnekliği yordayan bazı değişkenler. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(36), 142-157.

BLEULER, E. (1911). *Dementia Praecox oder Gruppe der Schizophrenien*. Leipzig, Germany: Franz Deuticke.

BURKE, J. B. (1983). Synergistic management: The task of the flight nurse. *Aviation, Space, and Environmental Medicine*, 54(3), 261-262.

CHADWICK, C. (2010). Theoretic insights on the nature of performance synergies in human resource systems: Toward greater precision. *Human Resource Management Review*, 20(2), 85-101.

CONNER, D. R. (1993). *Managing at the speed of change*, New York: Villard.

DOCTOROFF, M. (1977). *Synergistic management: creating the climate for superior performance*. Amacom.

FREUD, S. (1913). Totem and taboo. (Strachey, J. Trans.) (pp. 155–161). London: Routledge & Kegan Paul.

HANDY, C. (1989). *Süper Yönetim*. İstanbul: İlgı Yayıncılık

HARBALIOĞLU, M. (2018). Etik liderlik algısının psikolojik kontrat ihlali ve örgütsel özdeşleme üzerine etkisi Antalya ilindeki beş yıldızlı konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi /The Journal of Turk & Islam World Social Studies*. Yıl: 5(16), 382-407.

HAYASHI, S. (2014). Complexity of organizational identification: measuring ambivalent identification. *International Business Research*, 7(1), 49.

HILL, A. (2008). "Predictors of relationship satisfaction: The link between cognitive flexibility, compassionate love and level of differentiation." Unpublished doctoral dissertations, California School of Professional Psychology, Alliant International University, San Diego.

KARAMAN, A., & AYLAN, S. (2012). Örgütsel vatandaşlık. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 35-48.

KANTEN, P. (2012). İşgörenlerde işe adanmanın ve proaktif davranışların oluşumunda örgütsel güven ile örgütsel özdeşleşmenin rolü (Doctoral dissertation, SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü).

KARACAĞLU, K., & İNCE, F. (2012). Brandes, Dhardwadkar ve Dean (1999) Örgütsel sinizm ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: Kayseri Organize Sanayi Bölgesi örneği. *Business and Economics Research Journal*, 3(3), 77-92.

KERSE, G., & KARABEY, C. N. (2019). Örgütsel sinizm ve özdeşleşme bağlamında algılanan örgütsel desteğin işe bağlanma ve politik davranış algısına etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 83-108.

KREINER, G. E., & ASHFORTH, B. E. (2004). Evidence toward an expanded model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25(1), 1–27.

LEE, L. G. (1993). *Management presence and synergy* (Doctoral dissertation). Seattle University.

LÜSCHER, K., & PILLEMER, K. (1998). Intergenerational ambivalence: A new approach to the study of parent-child relations in later life. *Journal of Marriage and the Family*, 413-425.

MALTBY, J., DAY, L., MCCUTCHEON, L. E., MARTİN, M. M. & CAYANUS, J. L. (2004). Celebrity worship, cognitive flexibility and social complexity. *Personality and Individual Differences*, 37, 1475-1482.

MARTIN, M. M. & ANDERSON, C. M. (1998). The cognitive flexibility scale: Three validity studies. *Communication Reports*, 11(1), 1-9.

MARTIN, M. M. & RUBIN, R. B. (1994). Development of communication flexibility scale. *Southern Communication Journal*, 59, 171-178.

MARTIN, M. M. & RUBIN, R. B. (1995). A new measure of cognitive flexibility. *Psychological Reports*, 76 (2), 623-626.

METE, E. S. (2018). Örgüt kültürü, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel özdeşleşme, iş tatmini ile inovatif çalışma davranışı ilişkisi ve inovatif örgüt kültürüne yönelik meta kuramsal bir model geliştirme. (Doctoral dissertation, Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara).

MULLEN, C. A., & KEALY, W. A. (2002). Lifelong mentoring: The creation of learning relationships. In *New Directions in Mentoring* (pp. 203-216). Routledge.

MULLEN, C. A., & LICK, D. W. (Eds.). (1999). *New directions in mentoring: Creating a culture of synergy*. Psychology Press.

PLAMBECK, N., & WEBER, K. (2009). CEO ambivalence and responses to strategic issues. *Organization science*, 20(6), 993-1010.

PORCK, J. P., VAN KNIPPENBERG, D., TARAKÇI, M., ATEŞ, N. Y., GROENEN, P. J., & DE HAAS, M. (2020). Do group and organizational identification help or hurt intergroup strategic consensus?. *Journal of Management*, 46(2), 234-260.

PORTER, M. E. (2000). Şirket Stratejisi: Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler. S. Atay (Çev.). MESS. Türkiye Metal Sanayiciler Sendikası. İstanbul: BZD Yayıncılık.

SCHUH, S. C., VAN QUAQUEBEKE, N., GÖRITZ, A. S., XIN, K. R., DE CREMER, D., & VAN DICK, R. (2016). Mixed feelings, mixed blessing? How ambivalence in organizational identification relates to employees' regulatory focus and citizenship behaviors. *Human Relations*, 69(12), 2224-2249.

SINCOFF, J. B. (1990). The psychological characteristics of ambivalent people. *Clinical psychology review*, 10(1), 43-68.

TSCHACHER, W., & BRUNNER, E. J. (1992). Organization and self-organization. In *Evolution of dynamical structures in complex systems* (pp. 382-391). Springer, Berlin, Heidelberg.

TOKGÖZ, N., & YILMAZ, H. (2008). Örgütsel sinizizm: Eskişehir ve Alanya'daki otel işletmelerinde bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 283-305.

UYSAL, H. T., & YILDIZ, M. S. (2014). İşgören performansı açısından çalışma psikolojisinin örgütsel sinizme etkisi. *Journal of International Social Research*, 7(29).

VALLE, M., ANDREWS, M. C., & KACMAR, K. M. (2020). Situational antecedents to organizational identification and the role of supervisor support. *Organization Management Journal*.

WEIS H. D. (1993). Yüksek Verim Alma Stratejileri, Çeviren: Doğan Şahiner, Rota Yayınları, İstanbul.

YEŞİL, A. Örgütlerde değişimin önemi ve değişim yönetimi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(5), 307-323.

YILMAZ, E. (2015). İşgören İş Tatmini İle İşgören Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. (Master's thesis, Hasan Kalyoncu Üniversitesi).

YILMAZ, C. (2018). Yerel Yönetimlerde Psikolojik Güçlendirme-Örgütsel Özdeşleşme İlişkisi: Gaziantep'te Bir Araştırma [The Relation Between Psychological Empowerment and Organisational Identification in The Local Governments: A Study in Gaziantep].

ZAGENCZYK, T. J., PURVIS, R. L., CRUZ, K. S., THOROUGHGOOD, C. N., & SAWYER, K. B. (2020). Context and social exchange: perceived ethical climate strengthens the relationships between perceived organizational support and organizational identification and commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-20.

Summary

Today, rapidly changing technological developments and relentless competitive conditions harm the psychological status of the members of the organization due to the impact of globalization. The organizational structure and management processes that change and develop rapidly cause both positive and negative thoughts regarding the organizational sense of belonging of the members of the organization. This adversely reflects the duties and behaviors of the members of the organization within the organization and as a result can prevent organizations from operating in a healthy manner. On the other hand, it is important to underline that the severity and intensity of this indecision situation, which causes positive and negative thoughts on the same issue, is also important. Because members of the organization with low concentrations of instability are seen to have a high level of creativity and act more sensitively to alternatives. In this context, decreasing the indecision of the members of the organization from high to low levels may cause very meaningful and beneficial results for the organization. At this point, the purpose of the study is to investigate how to reduce this level, and the model is constructed within this framework. In the light of all this information, testing the mediating role of organizational synergy in the effect of ambivalent identification on cognitive flexibility reveals very important results in terms of contributing to both management and organization and organizational psychology literature.

Çevresel Yeteneklerin Kurumsal Çevre Stratejisi ve Pazar Performansı Üzerindeki Etkileri: Doğal Kaynak Temelli Görüş

Saniye YILDIRIM ÖZMUTLU*

Öz

Bu çalışma, çevresel yeteneklerin pazar performansı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bununla beraber, firmanın çevresel yeteneklerinin kurumsal çevre stratejisi üzerinde bir etkisinin olup olmadığı da belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Türkiye'de faaliyet gösteren global lojistik firmalarından tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanarak seçilen ve araştırmaya katılmayı kabul eden 131 firma oluşturmaktadır. Bu amaca yönelik bir araştırma modeli oluşturularak, bu modele bağlı hipotezler geliştirilmiştir. Araştırmaya katılan her firmadan bir üst düzey yöneticiyle yüz yüze görüşülerek araştırma için oluşturulan anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler üzerinde AMOS paket programında Yapısal Eşitlik Modellemesi yöntemi kullanılarak analizler yapılmıştır. Analiz sonuçları, özellikle firmaların çevresel yeteneklerinin, çevre odaklı kurumsal stratejileri güçlendirdiği ve pazar performansı üzerinde anlamlı etkide bulunduğunu göstermektedir. Sonuçta, araştırma kapsamındaki firmaların çevre konularını dikkate alarak, çevresel hedefleri ile kurumsal hedeflerini ilişkilendirebilmesinin ve çevre dostu yaklaşımların benimsenerek hizmet kalitesinde sürekli iyileştirmeye odaklanılmasının, pazar performansını arttırmada önemli olduğuna yönelik bilgiler sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Global Firmalar, Kurumsal Çevre Stratejisi, Çevresel Yetenekler, Pazar Performansı, Lojistik

Impact of Environmental Capabilities on Corporate Environmental Strategy and Market Performance: Natural Resource Based View

Abstract

This study aims to examine the effect of environmental capabilities on market performance. In addition, it has been tried to determine whether the environmental capabilities of the firm have an effect on the corporate environmental strategy. The sample of the research consists of 131 companies selected from the global logistics companies operating in Turkey by applying the random sampling method and accepted to participate in the research. For this purpose, a research model has been created and hypotheses related to this model have been developed. A survey created for the research



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 13.10.2021

Kabul/Accepted: 14.02.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igushbd.1007621>

* Öğr. Gör. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Lojistik Programı, Tekirdağ, Türkiye. E-posta: saniyeyildirim@nku.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6199-3999>

was applied by face-to-face interviews with a senior manager from each company participating in the research. Analyzes were made on the obtained data using the Structural Equation Modeling method in the AMOS package program. The results of the analysis show that especially the environmental capabilities of the companies strengthen the environment-oriented corporate strategies and have a significant effect on the market performance. As a result, information has been provided that the companies within the scope of the research are able to associate environmental goals with corporate goals by taking environmental issues into consideration, and focus on continuous improvement in service quality by adopting environmentally friendly approaches to increase market performance.

Keywords: Global Firms, Corporate Environmental Strategy, Environmental Capabilities, Market Performance, Logistics

1. Giriş

Uluslararası ticaretle uğraşan firmalar daha çok global firmalardır. Literatüre bakıldığında, son yirmibeş yıldır uluslararası ticaretle ilgili araştırmaların odağının önemli ölçüde değiştiği görülmektedir. Yapılan araştırmalar daha çok global arenada başarı, avantaj ve sürekliliğin nasıl sağlanacağı ve kazanımların nasıl artırılacağı üzerine odaklanmıştır. Günümüz iş koşullarında dikkatlerin ülkelerden ve endüstrilerden ziyade uluslararası ticaretle uğraşan firmalara doğru kaydığı görülmektedir. Literatürde global firmalar, "Uluslararası ekonomiye birden çok marjla katılan ve toplam ticaretin önemli paylarını oluşturan firmalar" olarak tanımlanmaktadır (Bernard, Jensen, Redding & Schott, 2018, s. 565). Özellikle son zamanlarda yöneticiler ve araştırmacılar için global pazarda rekabet edebilirlik çok önemli bir konu haline gelmiştir (Chabowski & Mena, 2017, s. 1).

2000 yılı ve sonrasında globalleşmenin artan hızıyla birlikte, firmalar arasında global ölçekte rekabet giderek daha yoğun bir hale gelmiştir. Global rekabet, "bir firmanın bir pazardaki eylemlerinin, hem kendisini hemde rakiplerini nasıl etkilediği" ile karakterize edilir (Luehrman, 1990, s. 229; Huang & Huang, 2018, s. 173). Bu nedenle global rekabette oyunun kuralları sürekli olarak değişmektedir (McManus, White & Botten, 2008, s. 138; Reuber, Tippmann & Monaghan, 2021, s. 1032). Firmaların daha çevik ve daha agresif rekabetçi hareketler sergilemeleri gerekse de (Dobbs, Koller & Ramaswamy, 2015), firmaların çevresel yetenekleri ve kurumsal çevre stratejileri global rekabetin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Mishra & Yadav, 2021, s. 2). Çevresel yetenekler, kurumların fiziksel kaynaklarının yeniden yapılandırılmasını, yeteneklerin konuşlandırılmasını (Sharma, Aragón-Correa & Rueda, 2007, s. 272) ve süreçler üzerine inşa edilmesini sağlar (Aragón & Sharma, 2003, s. 80). Kurumsal çevre stratejisi, kurumsal düzeyde çevre odaklı bir strateji olarak tanımlanmaktadır. Üst yönetim tarafından desteklenen, sürekli öğrenme, toplam kalite ve çevre yönetimi, risk alma ve planlama yoluyla atık, emisyon ve kirliliğin önlenmesine odaklanan proaktif bir çevre stratejisidir (Menguc & Ozanne, 2005; Menguc, Auh & Ozanne, 2010, s. 279). Firmalar global arenada etkili bir şekilde rekabet edebilmek için ülkeler arasında rekabetçi konumlarının karşılıklı bağımlılığını göz önünde bulunduran, global düzeyde dağılmış faaliyetlerini koordine eden ve entegre eden kurumsal stratejilerini geliştirmelidir (Zou & Cavusgil 2002, s. 40-41; Chabowski & Mena, 2017, s. 2).

Uzun yıllardır (özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllarda) rekabet gücünü etkileyen yapılar üzerine yapılan araştırmalarda, firmanın iç ve dış faktörleri olan firma kaynakları (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984), firma yetenekleri (Day, 1994), dinamik yetenekler

(Teece, Pisano & Shuen, 1997), pazar yönelimi (Kohli & Jaworski 1990; Narver & Slater 1990), rekabet stratejileri (Porter, 1980-1985), endüstri özellikleri (Roquebert, Phillips & Westfall, 1996), kurumsal güçler (DiMaggio & Powell 1983) gibi yapılar üzerine vurgu yapılmıştır. Günümüzde bu yapılara hâlâ vurgu yapılmaya devam edilmektedir. Bununla birlikte, Hart'ın (1995) yılında rekabet gücünü etkileyen yapıların neler olabileceği üzerine yapmış olduğu araştırması, doğal kaynak temelli görüş (DKTG) teorisine zemin oluşturmuş ve devamında Hart & Dowell (2011) tarafından yapılan çalışma ile DKTG teorisinin hem kapsamı genişletilmiş hem de çerçevesi çizilmiştir. Bu araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda firmaların örgütsel yeteneklerinin çevre stratejisi üzerindeki etkisini açıklamak için, kaynak temelli görüş ve dinamik yetenekler görüşü bakış açısından değerlendirme yapmaya başlayarak firmaların doğal kaynak temelli görünümünün rekabet gücünü etkilediğini belirtmişlerdir. Bilindiği üzere, firmaların kaynak temelli görüşü ve dinamik yetenekler görüşü, rekabet avantajının temelini oluşturan stratejik yetenek unsurlarındandır (Peterlaf, 1993; Barney, 1991). Hart (1995), Hart ve Dowell (2011), Journeault (2016), Albertini (2019), Nguyen ve Adomako (2021), Mishra ve Yadav (2021) gibi araştırmacılar, örgütsel yetenekleri "çevresel yetenekler" olarak adlandırmaktadırlar.

Global arenadaki firmaların çevresel yeteneklere sahip olması, avantajlar elde etmelerini sağlamaktadır. Her ne kadar global arenada avantajlar elde etmenin temelinde çevresel yeteneklere sahip olmak yer olsa da ülkelerin uygulamış olduğu çevre politikaları ve bu çerçevede yapılan düzenlemeler, çevresel yeteneklerin geliştirilmesinde ayrıca önemlidir. Bu çalışma, DKTG literatüründe bulunan en yaygın çevresel yetenekler olarak benimsenen "paydaş entegrasyonu, organizasyonel öğrenme, sürekli yenilik ve paylaşılan vizyon" bu dört çevresel yeteneklerden ikisini (1) sürekli çevresel yenilik ve (2) paylaşılan çevresel vizyonu araştırmaktadır. Çünkü her bir çevresel yetenek, firmanın rekabet avantajına katkıda bulunabilecek benzersiz, değerli, taklit edilemez ve ikame edilemez bir yetenek olarak kabul edilmiştir (Hart & Dowell, 2011, s. 1465; Journeault, 2016, s. 150). Ayrıca, daha önce yapılan DKTG araştırmalarında, çevresel bir perspektifte rekabet avantajı yaratmak için paydaş entegrasyonu, organizasyonel öğrenme, sürekli yenilik ve paylaşılan vizyon bu dört çevresel yeteneğin, çevresel uygulamalar ve benimsenen stratejiler arasındaki ilişkilerin incelenmiştir (Hart, 1995; Aragón-Correa & Sharma, 2003; Darnall & Edwards 2006; Hoffman, Theyel & Wood, 2012; Melander, 2018; Papagiannakis, Voudouris, Lioukas & Kassinis, 2019; Li, Liao & Albitar, 2020; Scarpellini, Valero-Gil, Moneva & Andreaus, 2020; De Sousa Jabbour, Ndubisi & Seles, 2020). Ayrıca bu değişkenler arası ilişkilerin firma performansı üzerindeki etkileri araştırılarak DKTG teorisine kavramsal ve ampirik olarak destek sağlanmıştır (Aragon-Correa & Sharma 2003; Menguc & Ozanne, 2005; Aragon-Correa, Aragón-Correa, Hurtado-Torres, Sharma & García-Morales, 2008; Ramanathan, Ramanathan & Bentley, 2018; Aragón-Correa, Marcus & Vogel, 2020; Andersén, 2021). Bu çalışmaların sonuçları doğrultusunda çevresel yeteneklerin, kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansı üzerindeki muhtemel etkilerinin, çevresel ve firma performansına katkıda bulunma potansiyelleri göz önüne alınarak, Türkiye'de global lojistik firmaları olarak faaliyet gösteren firmaların, çevresel yeteneklerinin kurumsal çevre stratejileri ile pazar performansı arasındaki ilişkilerinin incelenmesinin gerekliliğini ortaya koymuştur.

Son yıllarda yapılan araştırmalara bakıldığında, özellikle çalışmaların gelişmiş ülkelere odaklandığı ve bu ülkelerdeki firmalar üzerine ağırlık verilmesi ile bu alandaki teorilerin ve bulguların genelleştirildiği görülmektedir (Nguyen & Adomako, 2021). Halbuki, bu teorilerin sınanması ve doğrulanması Türkiye'de ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yapılacak bu tarz araştırmalarla mümkündür. Yapılan bu çalışma ile strateji ve çevre literatürüne önemli katkılar sağlaması amaçlanmakla birlikte ele alınan konunun farklı ortamlardaki etkisinin nasıl olacağı düşüncesi, şimdilik sadece Türkiye ile

sınırlandırılmıştır. Bilindiği üzere, gelişmekte olan ülkeler gelişmiş ülkelere göre temelde bazı unsurlar açısından farklılık göstermektedir. Türkiye ekonomik, finansal ve altyapı gelişim unsurları açısından gelişmiş ülkelere göre önemli ölçüde farklıdır. Gelişmekte olan ülkelere göre farklı olan diğer unsurlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir; (1) Kurumsal ve paydaş baskıları (Chopra, 2016; Rajesh, 2020), (2) Rekabetçi piyasa ortamı (Hong, Kwon & Roh, 2009), (3) Kültürel ve sosyo-ekonomik koşullar (Aguinis & Glavas, 2019), (4) Ekonomik ve politik koşullar (Mishra & Yadav, 2021), (5) Çevresel duyarlılık (Menguc vd., 2010), (6) Teknolojik gelişme düzeyi (Battacharya, 2019), (7) Organizasyonel yetenekler (Chan, 2005), (8) Yönetim biçimi (Bloom & Van Reenen, 2010), (9) İç ve dış çevresel yönetim (Giovanni, 2012) ve benzeri şekildedir. Tüm bu unsurlar kurumsal çevre uygulamalarını önemli ölçüde etkilemektedir (Bansal & Song, 2017, s. 115; Sardana, Gupta, Kumar & Terziovski, 2020, s. 2). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere göre ekonomik konular çevre sorunlarına göre önceliklendirebilir. Dahası, Türkiye'nin çevresel uyumluluğu, gelişmiş ülkelere göre farklılık göstereceği için bu durum yöneticilerin çevresel sorumluluğa yönelik tutumlarını etkileyebilir (Betts, Super & North, 2018, s. 1083). Bu nedenle yapılan çalışmada, tüm bu unsurlar ve gerçeklikler göz önünde bulundurularak, gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye ve Türkiye'de faaliyet gösteren global lojistik firmaları bağlamında çevresel yeteneklerin, kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansı ilişkisi incelenmektedir.

Çalışmada öncelikli olarak değişkenler arası ilişkiler kuramsal çerçevede ele alınmış, devamında bir araştırma modeli oluşturulmuş ve araştırma hipotezleri geliştirilmiştir. Ardından araştırma tasarımı, veri analizi ve hipotezler test edilerek sonuçların açıklaması yapılmıştır. Sonuç bölümünde, elde edilen bulgular değerlendirilerek Türkiye'de faaliyet gösteren global lojistik firma yöneticilerinin hangi çevresel yeteneklerini güçlendirerek pazar performanslarını iyileştirebileceklerine dair görüşlerde bulunulmuştur. Çalışma, Türkiye'de global lojistik firmalarında yöneticilik rolü üstlenen karar vericiler için yeni bir bakış açısı sunmakta ve ayrıca firmaların pazar operasyonlarında çevresel yeteneklerin potansiyel avantajları hakkında tavsiyelerde bulunmaktadır.

2. Literatür Taraması ve Hipotez Geliştirme

2.1. Doğal Kaynak Temelli Görüş ve Çevresel Yetenekler

Doğal kaynak temelli görüş (DKTG), kaynak temelli görüş (KTG) ve dinamik yetenekler görüşü (DYG) üzerine inşa edilmiştir. DKTG, firmaların sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerinde KTG'ün varsayımlarına ek olarak, firmaların doğal çevre ile etkileşimine vurgu yapmaktadır. Hart (1995, s. 992), KTG'ün bir firmanın rekabet avantajının kaynakları hakkında geniş içgörüler sağlamasına rağmen, firma ile doğal çevresi arasındaki etkileşimi ihmal ettiğini vurgulamaktadır. 90'lı yıllarda bu ihmal kabul edilebilir gözükse de artık günümüz koşullarında dezavantaj yaratacağı açıktır. Diğer bir deyişle, DKTG bakış açısından durum "Gelecek yıllarda strateji ve rekabet avantajının, çevresel açıdan sürdürülebilir ekonomik faaliyeti kolaylaştıran yeteneklerde kökleşmesi olasıdır" şeklinde belirtilmiştir (Hart, 1995, s. 991; Hart ve Dowell, 2011, s. 1465). DKTG'ü daha iyi anlamak için KTG teorisi ve KTG teorisini devamı niteliğinde geliştirilen DYG teorisinden kısaca bahsetmek yerinde olacaktır.

KTG, 1980'li yılların ortalarında ortaya çıkan bu yaklaşım (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991), literatürün önemli bir parçası haline gelmiş ve halen günümüzde de önemini korumaktadır. Bu görüş hızla genişleyen araştırma alanları arasında yer alarak (Hameed, Nisar & Wu, 2021, s. 2), özellikle stratejik yönetim alanında baskın bir paradigma haline gelmiştir (Hitt, Xu & Carnes, 2016, s. 77) ve hâkimiyet kazanmıştır (Freeman, Dmytryev & Phillips, 2021, s. 360). KTG teorisi, bir organizasyonun başarısının

büyük ölçüde iç kaynakları tarafından belirlendiğini ve bu kaynakların varlıklar ve yetenekler olarak sınıflandırıldığını varsaymaktadır (Umrani, Kura & Ahmed, 2018, s. 61). Bu görüş, kaynakları ve yetenekleri rekabet avantajı unsurları olarak değerlendirir (Yang & Lirn, 2017, s. 887; Talaja, 2012, s. 53). Diğer bir deyişle bu teorinin kilit taşı, sürekli rekabet avantajına yol açan firma içindeki faktörlere odaklanmasıdır (Hitt vd., 2016, s. 78). Bununla birlikte DYG (Teece vd., 1997) 1990 yılı ve sonrasında KTG'ün tamamlayıcısı olarak geliştirilmiş ve KTG'ün, yeterince ele almadığı özellikle hızlı değişen ortamlarda, firmaların rekabet edebilirlik kaynaklarını nasıl yenileyebileceklerini açıklamaya çalışmıştır. Dinamik yetenekler, "bir kuruluşun, iş ortamında değişiklikleri ele almak veya bazı durumlarda değişiklikleri meydana getirmek için dahili yeterlilikleri entegre edebilme, oluşturma ve yeniden yapılandırabilme becerisi" şeklinde ifade edilmektedir (Teece vd., 1997, s. 517). Bir başka deyişle, kuruluşun bir iş modelini tasarlaması ve uygulaması aşamasında iş ortamındaki değişiklikleri izlemek, hatta şekillendirmek için firmanın kaynaklarını geliştirmesini, koordine etmesini veya düzenlemesini sağlayan beceriler bütünüdür (Teece, 2018, s. 43). DYG'nün, bir organizasyonun çevresel değişikliklere yanıt vermesi, bilgiyi edinmesi, kaynaklarını ve yeteneklerini yeniden yapılandırabilmesi kapasitesinden oluştuğu kabul edilmektedir (Helfat vd., 2009, s. 3). Böylelikle DYG, özellikle stratejik yönetim araştırmalarında sürdürülebilir rekabet avantajının önemli bir itici gücünü oluşturmaktadır (Teece vd., 1997). Bu bağlamda Hart'ın (1995) yapmış olduğu çalışma ve Teece vd., (1997) çalışması, DKTG'ün altyapısının oluşmasında ve bu anlayışın gelişmesinde Hart ve Dowell (2011) çalışmasının ortaya çıkmasında önemli bir rol oynadığı aşikardır. Dolayısı ile DKTG, firmaların sürdürülebilir rekabet avantajı ve kalkınmayı sağlayabilmesi için kaynak tabanlı görüş ve dinamik yetenekler görüşünü içerecek şekilde geliştirilmiştir (Hart & Dowell, 2011, s. 1465) ve bu görüş hala gelişimine devam etmektedir.

DKTG öncülerinden olan Hart (1995) ve Hart ve Dowell (2011), DKTG'ün firmaların sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerinde doğal çevre ile etkileşimine vurgu yapmaktadır. Bu görüş, (1) kirliliğin önlenmesi, (2) ürün yönetimi (ürün tasarımı-geliştirme süreci) ve (3) sürdürülebilir kalkınmanın bir firmanın üç ana stratejik yeteneğini oluşturduğunu varsaymaktadır (Nguyen & Adomako, 2021, s. 2009). Bunun nedeni, doğal çevrenin, organizasyonların sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratma çabalarında ciddi bir etki oluşturmalarıdır. Çevresel yetenekler, rekabet avantajı yaratmak için çeşitli temel kaynaklara dayanan farklı çevresel itici güçlere sahiptir (Hart & Dowell, 2011, s. 1477). Bu nedenle, firmaların sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeleri için çevresel stratejiyi genel kurumsal stratejiye entegre etmeleri gerekir. (Aragón-Correa vd., 2008, s. 90; Chan, 2010, s. 81-82; Berchicci, Dowell & King, 2012, s. 1053). Çevre stratejisini benimseyen firmalar, atık ve emisyonu azaltma, ürün yaşam döngüsü analizi ve çalışanların gelişimi gibi çevresel davranışlar sergilemektedir (Yang, Jiang & Zhao, 2019, s. 1535).

Günümüzün global firmaları itibar artırımı, avantaj edinimi, pazar payı artırımı konularında öncelikli olarak çevresel duyarlılık kazanımına önem vermektedirler (Darnall, Henriques & Sadorsky, 2010). Böylece global firmalar, çevresel yeteneklerini geliştirme ve kurumsal çevre stratejilerini belirlemeye yönelebilmektedirler. Aslında bu adımları atmakla firmalar doğal kaynak temelli görünümünü ortaya koymaktadır. Doğal kaynak temelli görüş literatürü, paylaşılan vizyon (Adomako, Ning & Adu-Ameyaw, 2021; Alt, Díez-de-Castro & Lloréns-Montes, 2015), sürekli yenilik (Sharma & Vredenburg, 1998; Wu, Ding & Zhang, 2021), paydaş entegrasyonu (Li vd., 2020; Sharma vd., 2007) ve örgütsel öğrenme (Yang vd., 2019) gibi çeşitli çevresel yetenekleri ele alır. Bir firmanın doğal kaynak temelli görüşü, belirtilen bu çevresel yeteneklere sahip olmayı (Hart 1995; Hart & Dowell 2011, s. 1468), kurumsal ve proaktif bir çevre stratejisi benimseyerek finansal ve pazar payı faydaları kazanımını sağlamayı ifade etmektedir (Shu, Liu, Zhao &

Davidsson 2020, s. 655; Journeault, 2016: 151; Sharma vd., 2007, s. 269). DKTG, değerli çevre yeteneklerinin geliştirilmesini ve sürdürülmesini, firmaların kurumsal ve proaktif çevre stratejilerini benimsemelerini, finansal ve finansal olmayan faydalar edinmelerini sağlayan temel unsurları içermektedir (Journeault, 2016, s. 151; Shah & Soomro, 2021, s. 1332). Bu bağlamda, firma yöneticileri çevresel yeteneklerin geliştirilmesine odaklanarak, çalışanlarını ve müşterilerini bu yönde teşvik ederek kurumsal çevre stratejisinin şekillenmesine katkıda bulunabilir.

2.2. Kurumsal Çevre Stratejisi

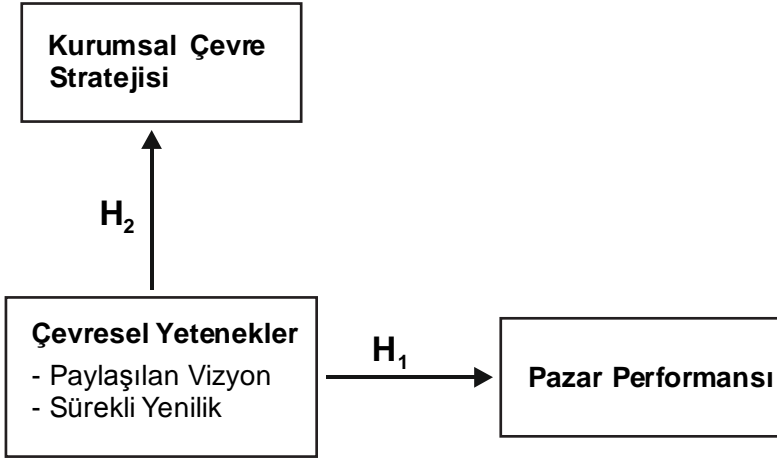
1990'ların ortalarından itibaren özellikle Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansları ile ülkelerin ve firmaların iklim değişikliği konularına yoğunlaştıkları ve böylece çevresel duyarlılığın geliştirilmesine, çevresel sorumluluk bilincinin oluşturulmasına ve çevresel tutumların kazanılmasına daha fazla önem verdikleri görülmektedir (Chang, 2011; Albertini, 2019; Jiang, Rosati, Chai & Feng, 2020, s. 1908). Ayrıca firmalar iklim değişikliği konularını yönetebilmek için çevre sorunlarını ele almaktadır (Nguyen & Adomako, 2021, s. 2008). Bunun için firmalar etik standartları veya davranışları şekillendirmek için kurumsal kuralların oluşturulmasına ve etik standart girişimlerin katılımına katkıda bulunmaktadır (Mateo-Márquez, González-González & Zamora-Ramírez, 2021). Bununla birlikte çevresel sorunları ele alan ve çevresel duyarlılığa sahip olan firmalar, sürdürülebilirlik sürecine çok önem vermektedir. Sürdürülebilirlik, birçok endüstride firma stratejileri için hayati önem taşımaktadır. Sürdürülebilirlik; ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik şeklinde üç boyutu bulunmaktadır (Wong & Ngai, 2021, s. 440). Kurumsal çevre stratejisi, sürdürülebilirliğin bu üç saça ayağından biri olan çevresel sürdürülebilirlik alanının bir unsurudur. Çevresel sürdürülebilirlik, doğal kaynakların sürekliliğinin sağlanması anlamına gelmektedir (Paulraj, Chen & Blome, 2017, s. 240). Kurumsal çevre stratejisi birçok endüstri için gün geçtikçe artan bir farkındalık ile son derece büyük bir önem taşımaktadır. Özellikle ürün ve hizmetlerin kısa yaşam döngüsü ve yüksek rekabet ile karakterize edilen birçok endüstride giderek daha fazla önem kazanan iç ve doğal kaynakların etkin kullanımını ve iş birliğini içermektedir. Bu nedenle firmaların sürdürülebilir yetkinliğe sahip olması gereklidir. Sürdürülebilirlik yetkinliğine sahip olan firmalar, rekabet avantajlarını sürdürmek ve büyümek için pazardaki değişikliklere ve zorluklara derhal yanıt verebilmektedir (Wong & Ngai, 2021, s. 440-446).

Banerjee (1998-2002) ile Banerjee, Iyer ve Kashyap (2003) yapmış oldukları araştırmalarda "Çevre" konusunu kurumsal çevrecilik açısından ele almıştır. Kurumsal çevrecilik, firmanın karşı karşıya olduğu çevresel sorunların önemini tanıması ve bu sorunların firmanın stratejik planlarına entegre edilmesi olarak ifade edilmektedir (Yavuz, 2009, s. 133). Kurumsal çevreciliğin temasını, (1) kurumsal çevre yönelimi ve (2) kurumsal çevre stratejisi oluşturmaktadır. *Çevresel yönelim*; yöneticiler tarafından firmaların karşı karşıya olduğu çevresel sorunların önemini tanımasıdır, *çevresel strateji*; çevresel sorunların bir firmanın stratejik planlarıyla ne ölçüde bütünleştirildiğidir (Banerjee vd., 2003, s. 106). Yapılan çalışmada, kurumsal çevreciliğin ikinci basamağı "kurumsal çevre strateji" boyutu üzerine odaklanılmıştır. Çünkü ülkemizde yapılan araştırmalar daha çok firmaların iç ve dış çevresel özelliklerinin belirlenmesine yönelik çevre yönelimi incelemeleri üzerinedir. Yapılan çalışmada, kurumsal çevre yönelimini ifade eden iç ve dış çevresel unsurların firmalar tarafından özentili bir şekilde incelemesinin yapıldığı düşünülerek, yapılan incelemeler sonucunda firmaların çevresel sorunlarını giderebilmek ve çözüme kavuşturabilmek konusunda stratejik planlarıyla ne ölçüde bütünleştirildiği ve nasıl etkide bulunduğu belirlenmek istenmiştir.

2.3. Pazar Performansı

Literatürde birçok çalışma firmaların uzun vadeli rekabet edebilirliğe nasıl ulaşabileceği üzerinedir. Rekabet edebilirlik kavramı üzerine yapılan çalışmalar çok derin ve kapsamlıdır (Veleva, Hart, Greiner & Crumbley, 2003, s. 108). Fakat son zamanlarda yapılan çalışmalar sürdürülebilirlik kavramına vurgu yapmaktadır. Bu kavram özellikle gelişmiş ülkelerde çevre politikaları ve çevresel düzenlemeler ile ilişkilendirilmektedir (Huang & Huang, 2018, s. 173). Avantaj edinimi ve sürekliliği sağlamaya çalışan firma yöneticileri, firma yeteneklerinin bu konudaki öneminin farkındadır (Baranova & Paterson, 2017, s. 838). Özellikle son yıllarda araştırmacıların, çevresel yeteneklerin rekabet avantajı edinimi, pazar payı ve pazar performansı artırımı üzerine odaklandıkları yapılan çalışmalar ile de yöneticilere rehber oldukları görülmektedir (Morales-Raya, Martín-Tapia & Ortiz-de-Mandojana, 2019, s. 317). Pazar performansı, piyasa fırsatlarına hızlı tepki verme, müşteri memnuniyeti ve sadakati sağlama, yeni müşteri kazanımı ve pazar payı gibi kstaslar açısından, firmanın rakiplerinden daha iyi pazar sonuçlarına ulaşma derecesinin bir ölçütüdür (Homburg & Jensen, 2007, s. 126; Yıldırım Özmütlu, 2021, s. 778). Bir firmanın pazar performansı: satışlar, çalışan başına satışlar ve firmanın büyüme oranı göstergeleri ile ölçümlenebilmektedir (Anseel, Lievens, Schollaert & Choragwicka, 2010; Rubera & Kirca, 2012, s. 133; Gotteland, Shock, & Sarin, 2020, s. 613). Bu göstergeler, firma büyüklüğüne ve sektöre bağlı olarak performanstaki farklılıkları kontrol etmeyi sağlamaktadır. Bir organizasyonun sürekli olarak normalin üzerinde pazar performansına ulaşması için sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratması gerekir ve günümüze bunu sağlamanın koşulu çevresel yeteneklere sahip olmaktır.

Çevresel yeteneklerin, bir firmanın stratejik yeteneklerinin bir parçası olarak görüldüğü ve stratejik önemi açısından her bir firmadaki etkisinin yönetsel yaklaşımlar sonucunda farklılık gösterdiği bilinmektedir (Aragon-Correa & Sharma, 2003, s. 74; Buysse & Verbeke, 2003, s. 453). Dolayısı ile yapılan bu çalışmada, araştırma kapsamındaki organizasyonların sahip oldukları farklı yetenek türlerinden çevresel yetenekleri üzerine odaklanılmaktadır. Çalışmanın temelinde yatan asıl sorular; "Günümüz global lojistik firmaları, çevresel yeteneklere sahip midir? Çevresel yeteneklerin kurumsal çevre stratejisi üzerinde önemli bir etkisi var mıdır? Bu yetenekler pazar performansının bir belirleyicisi olarak nitelendirilebilir mi? Firmalar çevresel yeteneklerin gücünü performanslarına yansıtıyorlar mı?" şeklinde olup bu sorularının cevapları aranmıştır. Bunu açığa çıkarabilmek için organizasyon yetenekleri, çevresel yönetim ve stratejik yönetim literatüründen faydalanılmıştır. Yapılan çalışma ile çevresel yeteneklerin pazar performansı üzerindeki etkisini ölçümlenecek bir araştırma modeli oluşturulmuştur (Şekil 1). Şekilde gösterilen hipotez ilişkileri sonraki bölümlerde tartışılacaktır.



Şekil 1: Araştırma Modeline Ait Kavramsal Çerçeve

2.4. Çevresel Yetenekler-Firma Pazar Performansı İlişkisi

Çevresel yetenekler, bir firmanın stratejik yeteneklerinin bir parçası olup ve firmanın çevresel stratejilerinin başarısı için önemlidir (Aragon-Correa & Sharma, 2003; Buysse & Verbeke, 2003; Baranova & Meadows, 2017, s. 114). Çevresel yetenekler olarak görülen paydaş entegrasyonu, organizasyonel öğrenme, sürekli yenilik ve paylaşılan vizyon bir firmanın ekolojik ayak izinin azalmasında belirleyici olarak görülmektedir (Hart, 1995, s. 990). Bunun yanı sıra bu yetenekler çevresel yönetim becerilerini, sürdürülebilirliğe odaklanan ürün/hizmet tasarımı, atık yönetimini, kaynak verimliliğini sağlama becerilerini ve uygulamalarını içermektedir (Baranova & Meadows, 2017, s. 113).

Paylaşılan çevresel vizyon; Bir organizasyonun hedeflerine ve misyonuna ilişkin kolektif değeri ve inançları ifade eder (Oswald, Mossholder & Harris 1994; Afsar, vd., 2020, s. 302). Paylaşılan çevresel vizyon, üst yönetimin çevresel vizyonu ve yakın etkileşim ve iletişim yoluyla tüm çalışanlara yayılması ile ilgilidir (Aragon-Correa vd., 2008, s. 91). Bir organizasyonun sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasında örgütsel desteğin, katılımın ve bağlılığın olması gerekir (Journeault, 2016; Albertini, 2019, s. 1164). Bu nedenle, paylaşılan vizyon, yöneticilerin ve çalışanların çevresel karar alma ve eylemlere katılımını ve bağlılığını teşvik etmede kritik öneme sahiptir (Aragon-Correa, Martín-Tapia & Hurtado-Torres, 2013: 143; Aragón-Correa vd., 2020, s. 343). Firmaların, çevresel hedeflerin önemini ve uygunluğunu çevreleyen hedef netliğine sahip olması ve sorumluluklarının bilincinde olması böylece organizasyonun tamamının bu değerleri tanımlamaya ve gerçekleştirmeye yardımcı olmaya teşvik eden ortak bir vizyon belirlemesi gerekir (Aragon-Correa vd., 2008, s. 91). Böyle bir ortak görüş oluşturmak ve sürdürmek zordur (Hart, 1995, s. 992). Ortak bir çevresel vizyon, firmaların sürdürülebilir bir rekabet avantajı geliştirmelerine yardımcı olan, firmaya özgü benzersiz bir yetenek olarak kabul edilmektedir (Hart, 1995, s. 1002; Aragon-Correa vd., 2008, s. 91).

Sürekli çevresel yenilik; Bir organizasyonun yeni çevresel fikirler, ürünler ve süreçler yaratma becerisini ifade eder (Hurley & Hult 1998; Aragon-Correa vd., 2008, s. 92). Bir organizasyonun liderliğini sürdürmesine katkıda bulunan yeni fikirleri, ürünleri, süreçleri ve teknolojileri başarılı bir şekilde uygulamak için sürekli yenilik üretme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Li & Atuahene-Gima, 2001, s. 1125; Liu & Atuahene-Gima, 2018, s. 8). Bu yetenek organizasyonun girişimci vizyonu, yenilikçiliği ve stratejik çevresel proaktifliği ile ilgilidir (Aragon-Correa vd., 2008, s. 92). Bu yetenek, firmaların kaynaklarını ve süreçlerini dönüştürme, yeniden tasarlama ve destekleme becerisini gösterir. Ayrıca, bir firmanın rakiplerinin önünde kalmasını sağlayan taklit edilemez ve sürdürülebilir çevresel yenilikleri üreterek kurumsal çevre stratejinin gelişimini ve rekabet avantajı edinimini destekler (Journeault, 2016, s. 151-152). Bu rekabet avantajı, kuruluşların rakiplerinden bir adım önde olmalarını sağlayan görünmez varlıkların gelişimini teşvik eden sürekli kurumsal yenilenmeden kaynaklanmaktadır (Hart, 1995, s. 1002). Bu nedenle, çevresel yeteneklerin pazar performans artırımına etkide bulunan mekanizmaları inceleyen (Baker & Sinkula, 2005; Hirunyawipada & Xiong, 2018; Jin, Cheng & Zeng, 2020; Bu, Dang, Wang & Liu, 2020; Wong & Ngai 2021) önemli araştırmalar mevcuttur. Yapılan bu araştırmalar, çevresel yetenekler ile pazar performansı arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymuş olup, bu bağlamda çalışmanın ilk ana varsayımı ve alt varsayımları aşağıdaki gibi yapılmıştır:

H₁: Çevresel yetenekler, firma pazar performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

H_{1a-b}: Çevresel yetenek göstergeleri (paylaşılan vizyon, sürekli yenilik), firma pazar performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

2.5. Çevresel Yetenekler-Kurumsal Çevre Stratejisi İlişkisi

Bir firmanın kurumsal çevre stratejisi, firmanın çevre koruma girişimlerini genel stratejik planlama sürecine ne ölçüde entegre ettiğini yansıtır. Kurumsal çevre stratejisi uygulayan firmalar, kaliteli çevre yönetimini genel stratejik planlamalarına entegre etme eğilimindedir (Buyse & Verbeke, 2003; Nguyen & Adomako, 2021, s. 2009). Firmaların kaynak ve yeteneklerinden olumlu etkilenen kurumsal çevre stratejisi, bir firmanın kurum içi ve kurumlar arası konularda performansını artırmakta ve ardından üstün firma performansı sağlamaktadır. (Bae, 2017, s. 168). Bu bakış açısı, çevresel duyarlılığın gelişimini ve performans artırımını destekleyen temel çevresel yeteneklerin belirlemesi konusunda yöneticileri ve araştırmacıları motive etmektedir (Sharma vd., 2007, s. 272). Birçok yönetici ve araştırmacı, doğal çevreyi korumanın kurumun finansal ve pazar performansını etkilediğini (Albertini, 2019; Shu vd., 2020, s. 659) belirtmektedir. Çevresel yeteneklerin firmaların kurumsal çevre stratejilerinin başarısı için önemli olduğu (Aragon-Correa & Sharma, 2003, s. 73; Berchicci vd., 2012, s. 1054; Solovida & Latan, 2017, s. 596), çeşitli çevresel yeteneklerin kurumsal ve proaktif çevre stratejilerini olumlu etkilediği (Cassells & Lewis, 2017; Yang vd., 2019) yapılan araştırmalar ile belirlenmiştir. Bununla birlikte yapılan araştırmalar, çevresel olarak sürdürülebilir ekonomik faaliyeti kolaylaştıran çevresel yeteneklerin kurumsal çevre stratejisi ve rekabet avantajı kazanımının kaynağını oluşturduğunu vurgulamaktadır (Hart, 1995, s. 991; Hart & Dowell 2011, s. 1467; Yadav, Han & Kim, 2017, s. 348; Mirza & Ahsan, 2020, s. 376). Bununla birlikte yapılan son araştırmalar, bir firmanın kurumsal ve proaktif çevre stratejisinin maliyetleri düşürmeye yardımcı olduğunu ve firmayı rakiplerinden farklılaştırmaya yardımcı olduğunu ve bunun da performansı artırdığını göstermektedir (Aragón-Correa vd., 2008; Li vd., 2020). Yapılan bu araştırmalar, firmaların çevresel yetenekleri ile kurumsal çevre stratejisi arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu doğrultuda yapılan ikinci varsayım aşağıda ifade edilmiştir:

H₂: Çevresel yetenekler, firmanın kurumsal çevre stratejisi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

H_{2a-b}: Çevresel yetenek göstergeleri (paylaşılan vizyon, sürekli yenilik), firmanın kurumsal çevre stratejisi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir.

3. Araştırma Yöntemi, Veri ve Ölçekler

3.1. Araştırma Yöntemi

Çalışmada, ölçüm modeli ve yapısal modelin incelenmesi için kovaryans tabanlı yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Kovaryans tabanlı yapısal eşitlik modellemesi, doğrudan etkileri ve dolaylı etkileri tespit etmek için regresyon analizinden daha az çelişkili sonuçlar sağlar (Ramli, Latan & Nartea, 2018, s. 181). Yapısal eşitlik modellemesi (YEM), ölçüm öğelerini ve yapısal ilişkileri modelleyen eksiksiz bir yapısal modeli gösterir (Hoyle, 2012, s.131). YEM, doğrudan ölçülemeyen değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirebilir ayrıca her bir ilişki için farklı bir analize gerek duyulan regresyon analizlerinin aksine, değişkenler arasında belirlenen tüm ilişkilerin tek bir analize ortaya konulmasını sağlar (Hair, Ringle & Sarstedt, 2011, s. 141; Doğan, Yalçın, Yenigün & Bilgili, 2021, s. 166). Çevresel yeteneklerin, pazar performansı üzerindeki yansımaları ve yarattığı etkiler, nicel araştırma yöntemlerinden birisi olan ilişkiyel araştırma deseni üzerinden incelenmiştir. Bu desen, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla, evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup ya da örnek üzerinde yapılan bir incelemedir (Fink, 2017, s. 171). İlişkiyel araştırmalar, değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını ortaya çıkarmayı amaçlar (Gliner, Morgan & Leech, 2017, s. 47). Bununla birlikte araştırmada AMOS paket programı kullanılarak, YEM yöntemi ile değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini gösteren analizler yapılmıştır. Araştırmadaki hipotezlerin sınanması için temel istatistiksel yöntem olarak kovaryans tabanlı YEM yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntem tamamen teoriye dayanır ve örtük değişkenler kümesi arasında bir nedensellik yapısının varlığını kabul eder ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini aynı anda matematiksel olarak hesaplayabilir (Hair, Babin, Anderson & Black, 2019). Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkiler YEM yöntemi ile araştırılmıştır ve bağımsız değişkenin bağımlı değişkenler üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Bununla beraber araştırma kapsamında, gizli bir yapıyı temsil eden bir dizi öge arasındaki ayırt edici ve yakınsak geçerliliği ölçümlemek için ana yapıların Açıklanan Ortalama Varyans (AVE - Average Variance Extracted) ve Bileşik Güvenilirlik (CR - Composite Reliability) değerleri Smart PLS programı yardımıyla hesaplanmıştır (bkz. Tablo 1).

3.2. Evren, Örneklem, Veri Toplama

Araştırmanın evrenini, 2019 yılı ve 2020 yılının başlangıcı itibarıyla Türkiye'de faaliyet gösteren yaklaşık 225 global lojistik firmasında üst yönetim pozisyonunda çalışan yöneticiler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini, Türkiye'de faaliyet gösteren global lojistik firmalarından rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen 186 firmanın üst düzey yöneticilerine (firma sahipleri gibi) ulaşılmıştır.¹² Yapılan çalışmada, örneklem büyüklüğünün belirlenebilmesi için İsrail'in 2013 yılında oluşturduğu örnekleme tablosu ve hesaplamalarından faydalanılmıştır. Buna göre %95 güven aralığında ve ±%5 hata payı seviyesinde örneklem büyüklüğü ile ilgili hesaplama aracına göre, gerekli örneklem büyüklüğünün 129'dan fazla olması durumu için normal büyüklükteki varsayımın

¹ Url-1

² Url-2

desteklendiği hesaplanmıştır (Israel, 2013). Araştırma için dağıtılan 186 anketten 131'i geri dönmüş ve %70'lik bir yanıt oranı ile örneklem büyüklüğü normal dağılım için desteklenmiş ve analize uygun bulunmuştur.

3.3. Analiz Yöntemi

Türkiye'de faaliyet gösteren global lojistik firmalarının yöneticilerine, Şubat 2019 – Ocak 2020 tarihlerinde araştırmaya ait anket uygulamaya konulmuştur. Belirlenen firmalardan bir yöneticiye ulaşabilmek için yöneticilerin bir kısmı ile yüz yüze görüşme ve bir kısmı ile online görüşme sağlanarak toplam 131 veri toplanmıştır. Araştırmaya ait anketin ilk bölümünde 2 adet soru yöneticilerin temel bilgilerini ve 1 adet soru firmaların temel bilgilerini içermektedir. Araştırmaya ait anketin ikinci bölümünde 16 adet soru, değişkenlerin maddeleri ile ilgilidir. Anketin ikinci bölümünde değişkenleri değerlendirmek için "Kesinlikle Katılmıyorum" (1) ile "Kesinlikle Katılıyorum" (5) arasında değişen 5'li Likert tipi ölçekler kullanılmıştır. Araştırma kapsamında toplanan veriler şu sıra ile analiz edilmiştir. Öncelikli olarak; araştırma kapsamındaki firmalara ve yöneticilerine ait betimleyici analizler, ikinci olarak; değişkenlere ait ölçeğin yapısal geçerliliği ile ilgili analizler ve son olarak da AMOS paket programı kullanılarak, ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ve devamında yapısal eşitlik modellemesi (YEM) yöntemi ile değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini gösteren analizler yapılmıştır.

3.4. Kullanılan Ölçekler

Çevresel yetenek literatürünün kapsamlı bir araştırması sonucunda, yapılan araştırmada Sharma vd., (2004) tarafından geliştirilen "Paylaşılan Çevresel Vizyon Yeteneği", Sharma vd., (2007) tarafından geliştirilen "Sürekli Çevresel Yenilik Yeteneği" ölçekleri uygulamaya konulmuştur. Geliştirilen bu "Çevresel Yetenek" ölçeği; paylaşılan çevresel vizyon yeteneği (4 madde), sürekli çevresel yenilik yeteneği (3 madde) boyutlarından oluşmaktadır. Paylaşılan çevresel vizyon yeteneği ölçeği; çalışanların firmanın hedefleri hakkında net fikirlere sahip olması, çalışanların firmanın hedeflerine ulaşmak için önemli çaba sarfetmeleri, yöneticilerin ve çalışanların firma için doğru prosedürler üzerinde anlaşmaları, çalışanların firmanın hedeflerine ulaşması için yeteneklerini geliştirmede değerli fikirler sunarak yardımda bulunulması gibi göstergelerden oluşmaktadır. Sürekli çevresel yenilik yeteneği ölçeği; çevre dostu tekliflere yönelik talepleri karşılamaya önem verme, süreç ve uygulamalarında hizmet kalitesinde sürekli iyileştirmelere yönelme, gelişmiş bir çevre sertifikasyon sistemi mevcudiyeti göstergelerinden oluşmaktadır. Yapılan analiz sonucunda, çevresel yeteneği ölçeğinin K-M-O (Kaiser-Meyer-Olkin) değerinin .81, açıklanan varyans oranının %65'in üzerinde ve güvenilirlik değerlerinin (α) .80 (alt boyutlar sırasıyla .81, .73) olduğu belirlenmiştir. Sharma vd. (2004) tarafından geliştirilen bu ölçeğe açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır. AFA yapılmasının nedeni, bu ölçeğin daha önce Türk araştırmacılar tarafından Türk hizmet sektörlerinde kullanılmamış olmasıdır. Farklı bir ülke ve farklı bir sektör bağlamında geçerlilik çalışmasının yapılması uygun bulunmuştur.

Banerjee vd., (2003) tarafından geliştirilen "Kurumsal Çevre Stratejisi" ölçeği (4 madde); çevresel konuları stratejik planlama sürecine entegre etme, firmanın çevresel hedefleri ile kurumsal hedeflerini ilişkilendirme, çevreyi koruma anlayışının firmanın stratejilerinin arkasındaki itici güç olması, çevresel etkileri en aza indiren hizmet ve süreçlerin geliştirilmesi

göstergelerinden oluşmaktadır. Bu çalışmada kurumsal çevre stratejisi ölçeğinin K-M-O değerinin .80, açıklanan varyans oranının %68'in üzerinde, güvenilirlik değerlerinin (α) .84 olduğu bulunmuştur. Banerjee vd., (2003) tarafından geliştirilen bu

ölçeğe AFA yapılmıştır. AFA yapılmasının nedeni, bu ölçeğin daha önce Türk araştırmacılar tarafından Türk hizmet sektörlerinde kullanılmamış olmasıdır. Bu nedenle geçerlilik çalışmasının yapılması uygun bulunmuştur.

Homburg ve Jensen (2007) tarafından geliştirilen "Pazar Performans" ölçeği; müşteri memnuniyeti ve sadakatini sağlamak, öngörülen pazar payını elde etmek veya sürdürmek, yeni müşteriler kazanmak, kar elde etmek, pazardaki fırsatlara ve tehditlere hızlı tepki verme, göstergelerinden oluşmaktadır. Bu çalışmada pazar performans ölçeğinin K-M-O değerinin .83, açıklanan varyans oranının %66'nın üzerinde, güvenilirlik değerlerinin (α) .87 olduğu bulunmuştur. Homburg ve Jensen (2007) tarafından geliştirilen pazar performansı ölçeği, daha önce Gök ve Peker'in (2017) yılında yapmış olduğu çalışmada kullanılmıştır. Araştırmacılar bu ölçeği Türkiye'de İstanbul kentinde yer alan imalat sektöründe faaliyet gösteren ilk 500 firmanın inovasyon-finansal ve pazar performansları arasındaki ilişkileri ölçümlemek için kullanmışlardır Araştırmacılar ölçeğin güvenilirlik değerini (α) .85 olarak elde etmişlerdir. Yapılan bu çalışma hizmet sektörünü ele aldığı için geçerlilik çalışmasının yeniden yapılması uygun bulunmuştur.

4. Analizler ve Bulgular

Yapılan çalışmada demografik bilgilerin analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerin kuvvetini gösteren korelasyon analizi, tüm ölçeklerin faktör yapısının belirlenmesi için açıklayıcı faktör analizi devamında doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Tüm ölçeklere uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen değerler, ölçeklerin yapısal eşitlik modellemesi (YEM) için uygun bulunduğunu göstermiş ve bunun sonucunda değişkenler arası ilişkileri gösteren ve geliştirilen hipotezlerin test edilebilmesi için YEM modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan model kullanılarak, çevresel yetenekler ve pazar performans değişkenleri arası ilişkileri gösteren hipotezler yapılan analizler ile test edilmiştir.

4.1. Betimleyici Bulgular

Araştırma kapsamındaki firmalar ve bu firmalarda yönetici pozisyonunda çalışan toplam 131 katılımcının profilleri incelenmiştir. Betimsel analizlere göre, Türkiye'de lojistik sektöründe faaliyet gösteren ve araştırmaya katılan firmaların % 63'ünün 2000 yılı ve öncesinde ve % 37'sinin 2000-2020 yılları arasında global faaliyetlerine başladıkları görülmüştür. Türkiye'de faaliyet gösteren global lojistik firmalarında çalışan yöneticilerin (% 72.5) üniversite, (% 14.5) önlisans ve (% 12.2) lisansüstü eğitim seviyesini tamamladığı ve eğitim durumunun bu düzeylerde yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmaya katılan yöneticilerin cinsiyetleri incelendiğinde, yöneticilerin büyük bir bölümünün erkek (% 85) olduğu ve kadın (% 15) yönetici sayısının oldukça az olduğu görülmüştür.

4.2. Değişkenlerin Geçerlilik ve Güvenirlik Sonuçları

Yapılan araştırmada öncelikli olarak tüm ölçeklerin geçerlilik analizleri, devamında güvenirlilik analizleri yapılmıştır. Analizde sırası ile (1) değişkenler arası ilişkinin kuvvetini görebilmek amacıyla korelasyon değerleri incelenmiştir, (2) kullanılan değişkenlerin yapısal olarak geçerliliğinin belirlenebilmesi için açıklayıcı faktör analizi (AFA) yapılmıştır ve (3) yapıların iç tutarlılığını belirlemeye yardımcı olan ölçeklerin güvenirliliğini belirleyebilmek için güvenirlilik değerleri Cronbach-Alfa (α), Açıklanan Ortalama Varyans (AVE - Average Variance Extracted) ve Bileşik Güvenirlilik (CR - Composite Reliability) değerleri (Hair vd., 2019) hesaplanmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirmek için bireysel düzeyde korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 1'deki korelasyon, tüm değişkenlerin pozitif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu göstermektedir. Çevresel yeteneklerden paylaşılan vizyonun pazar performans üzerinde en yüksek etkiye (.531) sahip olduğu sonuçlardan açıkça görülmektedir. Devamında sırasıyla sürekli yeniliğin (.419) ve kurumsal çevre stratejisinin (.399) pazar performansı üzerinde etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Yapılan AFA sonuçları, değişkenlere ait ölçeklerin faktör yüklerinin genel olarak 0.60'ın üzerinde olduğunu göstermektedir. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik incelemesi yapılarak ölçeklerin yapısal olarak geçerliliği belirlenmiştir ve tüm ölçeklerin faktör dağılımının kuram ile örtüştüğü görülmüştür. Tablo 1'de sunulan tüm ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde, ölçeklerin (α) değerlerinin 0.73 ile 0.87 arasında değiştiği görülmektedir. Bu değerler, kabul edilebilirlik sınırın ($\alpha = 0.70 - 0.80$ ve üzeri) üzerinde yer almaktadır (Hair vd., 2019, s. 676).

Tablo 1: Korelasyon katsayıları, Güvenirlik Değerleri ve Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	CR	AVE	1	2	3	4
1.Paylaşılan Vizyon	4.62	0.43	0.86	0.58	(0.81)			
2.Sürekli Yenilik	4.43	0.54	0.82	0.57	0.416**	(0.73)		
3.Kurumsal Çevre St.	4.41	0.53	0.88	0.65	0.406**	0.459**	(0.84)	
4.Pazar Performansı	4.60	0.43	0.90	0.66	0.531**	0.419**	0.399**	(0.87)
** p< 0.01 Parantez içindeki değerler, Cronbach's Alpha katsayısını göstermektedir.								

AVE değeri; gizli bir yapıyı temsil eden bir dizi öge arasındaki yakınsamanın özet ölçüsüdür ve bu değer 0.50 ve üzeri olmalıdır (Hair vd., 2019, s. 676). Ölçeklerden elde edilen (AVE) değerlerinin 0.50 ve üzerinde olması ölçeklerin yakınsak ve ıraksak geçerliliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. CR değeri ise ölçülen tüm değişkenlerin güvenilirliğinin toplamıdır ve bu değer 0.80 ve üzeri olmalıdır (Hair vd., 2019). Ölçeklerin CR değerlerinin, 0.80'in üzerinde olması ilgili faktörün yapısal geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sağlandığını göstermektedir (Hair vd., 2019, s. 760). Özetle, birleşik güvenilirlikler (CR'ler) 0.8'den yüksektir ve AVE 0.6'ya yakın veya daha yüksektir, bu durum ölçüm ölçeklerinin iyi bir iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir.

4.3. Değişkenlere İlişkin DFA Sonuçları

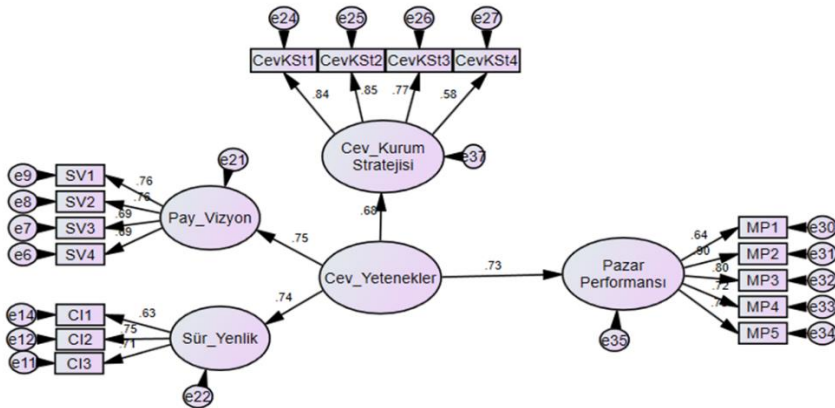
Araştırma kapsamında toplanan veriler ile çevresel yetenekler, kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansı değişkenlerine ait ölçeklere AMOS istatistik paket programı yardımıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Ölçeklere ilişkin DFA sonuçları Tablo 2'de verilmektedir. Tablo 2'de görüldüğü üzere, araştırmada kullanılan ölçeklere uygulanan DFA sonucunda elde edilen model uyum değerleri, ölçeklerin YEM için uygun bulunduğu sonucunu göstermektedir.

Tablo 2: Tüm ölçeklere ilişkin DFA sonuçları

Model Uyum Kriteri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Çevresel Yetenek Ölçeği DFA	Kurumsal Çevre St. Ölçeği DFA	Pazar Performansı Ölçeği DFA
			Ölçülen Değer	Ölçülen Değer	Ölçülen Değer
			ÖD	ÖD	ÖD
χ^2	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	$2df < \chi^2 \leq 3df$	21.385	3.634	3.867
CMIN/DF	$0 \leq \text{CMIN/DF} \leq 2$	$2 < \text{CMIN/DF} \leq 5$	1.645	1.817	.967
CFI	$0.97 \leq \text{CFI} \leq 1.00$	$0.95 \leq \text{CFI} < 0.97$	0.97	0.99	0.99
NFI	$0.97 \leq \text{NFI} \leq 1.00$	$0.95 \leq \text{NFI} < 0.97$	0.93	0.98	0.99
GFI	$0.95 \leq \text{GFI} \leq 1.00$	$0.90 \leq \text{GFI} < 0.95$	0.95	0.99	0.99
AGFI	$0.90 \leq \text{AGFI} \leq 1.00$	$0.85 \leq \text{AGFI} < 0.90$	0.90	0.93	0.96
RMR	$0 \leq \text{RMR} \leq 0.05$	$0.05 < \text{SRMR} \leq 0.10$	0.023	0.011	0.005
RMSEA	$0 \leq \text{RMSEA} \leq 0.05$	$0.05 < \text{RMSEA} \leq 0.08$	0.060	0.069	0.000

4.4. Araştırma Yapısal Modeli

Araştırmada kullanılan değişkenlere ait ölçeklere uygulanan DFA analizi sonucunda, ölçeklerin YEM için uygun bulunduğu belirlenmiştir. Uygunluğu belirlenen bu değişkenler arası ilişkilerin görülebilmesi ve geliştirilen hipotezlerin test edilebilmesi için YEM modeli oluşturulmuştur. Yapısal modelin uyum indeksleri de test edilmiştir ve bu sonuçlar yapısal modelin geçerliliğini desteklemektedir (Tablo 3). Araştırma modelini test etmek için aşağıda verilen model oluşturulmuştur (Şekil 2 ve Tablo 3). Oluşturulan model ile (1) Bağımsız değişken çevresel yeteneğin bağımlı değişken pazar performansı üzerinde anlamlı bir etkisi var mıdır? (2) Bağımsız değişken çevresel yetenek ölçüm göstergelerinden "paylaşılan vizyon ve sürekli yenilik" hangisi ya da hangilerinin pazar performansı üzerinde anlamlı bir etkisi mevcut mudur? (3) Bağımsız değişken çevresel yeteneklerin firmaların kurumsal çevre stratejisi üzerinde etkisi var mıdır? sorularının cevapları aranarak, değişkenler arası ilişkiler belirlenmek istenmiştir.



Şekil 2: Çevresel Yetenekler, Çevre Stratejisi ve Pazar Performansı İlişkisi YEM Modeli

YEM yöntemi kullanılarak, çevresel yetenek, kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansı değişkenleri arası ilişkileri gösteren hipotezler, yapılan analizler ile test edilmiştir. Şekil 2'deki yol diyagramı, çevresel yeteneğin kurumsal çevre stratejisi ve pazar performans üzerindeki etkisine yönelik regresyon katsayılarını ve değişkenlerin standartlaştırılmış faktör katsayılarını göstermektedir. Bu yol diyagramı, ölçüm modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu, firmaların çevresel yetenekleri, kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansı arasında aynı yönlü bir ilişkinin olduğu sonucunu göstermektedir.

4.5. Hipotez Testi Sonuçları

Bu aşamada, geliştirilen hipotezlerimizi test etmek için AMOS paket programında yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. YEM modeli analizine ait bulgular Tablo 3'deki hipotez testi sonuçlarında gösterilmiştir. Tabloda verilen sonuçlara bakıldığında, çevresel yeteneklerin pazar performansını anlamlı bir şekilde etkilediği görülmüştür (β ; 0.728, $P < 0.001$). Çevresel yetenek boyutlarının pazar performansı üzerindeki etkileri ile ilgili analiz sonuçları, paylaşılan vizyon yeteneğinin pazar performansını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini göstermektedir (β ; 0.483, $P < 0.001$). Sürekli yenilik yeteneğinin pazar performansını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini göstermektedir (β ; 0.282, $P < 0.01$). Çevresel yeteneklerin kurumsal çevre stratejisini anlamlı bir şekilde etkilediği görülmüştür (β ; 0.684, $P < 0.001$). Çevresel yetenek boyutlarının kurumsal çevre stratejisi üzerindeki etkileri ile ilgili analiz sonuçları, paylaşılan vizyon yeteneğinin kurumsal çevre stratejisini anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini göstermektedir (β ; 0.235, $P < 0.05$). Sürekli yenilik yeteneğinin kurumsal çevre stratejisini anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini göstermektedir (β ; 0.515, $P < 0.001$).

Tablo 3: Hipotez Sonuçları

İlişkiler			Yol Değeri	Sonuç
			Standardize β	
Hipotez	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Model-1	Desteklendi / Desteklenmedi
H ₁	Çevresel Yetenekler	Pazar Performansı	0.728***	Desteklendi
H _{1a}	Paylaşılan Çevresel Vizyon	Performans	0.483***	Desteklendi
H _{1b}	Sürekli Çevresel Yenilik	Performans	0.282**	Desteklendi
H ₂	Çevresel Yetenekler	Kurumsal Çevre Stratejisi	0.684***	Desteklendi
H _{2a}	Paylaşılan Çevresel Vizyon	Kurumsal Çevre Stratejisi	0.235*	Desteklendi
H _{2b}	Sürekli Çevresel Yenilik	Kurumsal Çevre Stratejisi	0.515***	Desteklendi
$\chi^2 = 189.963$, $df = 99$, $\chi^2/df = 1.919$, CFI = 0.91, NFI = 0.83, GFI = 0.86, AGFI = 0.80, RMR = 0.024, RMSEA = 0.064, AIC = Uygun. $R^2 = 0.506$				
*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, ad; $p > 0.05$.				

Hipotez testi sonuçları Tablo 3'de sunulmuştur. Tablo 3 analiz sonuçlarında görüldüğü üzere, çevresel yeteneklerin (β ; 0.728, $P < 0.001$) firma pazar performansı üzerinde etkisinin varlığı söz konusudur. Böylece çevresel yetenekler değişkeninin pazar performansı üzerindeki etkisinin varlığı doğrulanarak H₁ hipotezi "Çevresel yetenekler firma pazar performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir." desteklenmiştir.

Yapılan analizler ile çevresel yeteneklerin firma pazar performansı üzerinde doğrudan etkisinin olduğu saptanmıştır. *Çevresel yetenek boyutlarının pazar performansı üzerindeki etkileri göz önüne alındığında*; çevresel yetenek boyutlarının pazar performansı üzerinde doğrudan etkide bulunduğu sonucunu göstermektedir. Çevresel yetenek boyutlarının pazar performansını üzerindeki etkileri β değerlerinden görüldüğü üzere sırasıyla "paylaşılan çevresel vizyon, sürekli çevresel yetenek" olarak belirlenmiştir. Böylece yapılan analizler ve elde edilen istatistiksel sonuçlara göre model kapsamında geliştirilen tüm hipotezler (H_{1a-b}) desteklenmiştir. Elde edilen bulgular, Türkiye'de global lojistik firmaları olarak faaliyetlerine devam eden kuruluşların çevresel yetenekleri, pazar performansının yaklaşık 0.51'lik kısmını açıklayabilmektedir (bkz. Tablo 3, $R^2 = 0.506$). Geriye kalan 0.49'lık kısmı ise çevresel yetenekler dışındaki değişkenler ile açıklanabilir.

Çevresel yeteneklerin firmaların kurumsal çevre stratejisi üzerinde etkisinin varlığı söz konusudur (β ; 0.684, $P < 0.001$). Böylece çevresel yetenekler değişkeninin kurumsal çevre stratejisi üzerindeki etkisinin varlığı doğrulanarak H_2 hipotezi "Çevresel yetenekler firmanın kurumsal çevre stratejisi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir." desteklenmiştir. Yapılan analizler ile çevresel yeteneklerin firmaların kurumsal çevre stratejisi üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu saptanmıştır. *Çevresel yetenek boyutlarının kurumsal çevre stratejisi üzerindeki etkileri göz önüne alındığında*; çevresel yetenek boyutlarının kurumsal çevre stratejisi üzerinde doğrudan etkide bulunduğu sonucunu göstermektedir. Çevresel yetenek boyutlarının kurumsal çevre stratejisi üzerindeki etkileri β değerlerinden görüldüğü üzere sırasıyla "sürekli çevresel yenilik, paylaşılan çevresel vizyon" olarak belirlenmiştir. Böylece yapılan analizler ve elde edilen istatistiksel sonuçlara göre model kapsamında geliştirilen hipotezler (H_{2a-b}) desteklenmiştir.

5. Sonuçlar ve Öneriler

Doğal kaynak temelli görüş, kurumsal çevrecilik alanında faydalı stratejik anlayışlar sağlamıştır. Yapılan çalışma ile literatürdeki bulgular genişletilerek doğal kaynak tabanlı görüş, stratejik yönetim ve çevre literatürüne katkıda bulunulmuştur. Bu çalışma, Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede faaliyet gösteren global lojistik firmalarının çevresel yetenekleri, kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansları arasında güçlü bir ilişkinin varlığını ampirik olarak doğrulamaktadır. Global lojistik firmaları faaliyetlerini çevresel duyarlılığa sahip olarak gerçekleştirmeyi amaç edinmektedir. Bu amaç doğrultusunda firmaların çevresel yeteneklerini bütünleştirebilmesi ve yeterli çevresel yönetimi sağlayabilmesi önemlidir. Günümüz global lojistik firmaları faaliyetlerini sürdürdükleri ya da sürdürmeyi düşündükleri pazarlarda öncelikli olarak çevresel yeteneklerini geliştirmeye odaklanmalıdır. Böylece firmaların, çevresel yeteneklerin doğru yönetimiyle kurumsal çevre stratejisi edinimine ve pazar performansı artırımına etkiye bulunması mümkün görünmektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, araştırma kapsamındaki firmaların sahip oldukları çevresel yeteneklerin firma pazar performansı üzerinde pozitif bir etkide bulunduğu görülmektedir. Özellikle çevresel yetenek göstergelerinden "paylaşılan çevresel vizyon yeteneği" boyutunun daha baskın olduğu söylenebilir. Global lojistik firmaları çevresel yetenek göstergesini daha güçlü hale getirdiği takdirde, yatırımların getirisinde bir artış, varlıkların geri dönüşümünde bir olumluluk, net kâr marjının yükselişi ve güçlü rekabet pozisyonu ediniminin daha mümkün olacağı görülmektedir. Ek olarak, firmaların sahip olduğu çevresel yetenekler ile kurumsal çevre stratejisi arasındaki ilişkilerin analizi sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında, araştırma kapsamındaki firmaların sahip oldukları çevresel yeteneklerin firmaların kurumsal çevre stratejisi üzerinde pozitif bir etkide bulunduğu ortaya çıkmaktadır.

Özellikle çevresel yetenek göstergelerinden "sürekli çevresel yenilik" boyutunun daha baskın olduğu görülmektedir. Böylece firmaların çevre dostu teklifleri ve talepleri karşılamaya önem verdikleri, süreç ve uygulamalarında çevreyi dikkate alarak hizmet kalitesinde sürekli bir iyileştirmeye yöneldikleri ve firmaların gelişmiş bir çevre sertifikasyon sistemlerinin mevcudiyetinden bahsedilebilir. Firmalar, paylaşılan çevresel vizyon yeteneği göstergesini daha da güçlü hale getirdiği takdirde, yöneticilerin ve çalışanların her zaman firma için doğru prosedürler üzerinde anlaşmaları daha da mümkün olacaktır. Bu bahsettiğimiz çevresel yeteneklerin firma yöneticileri tarafından geliştirildiği ve çalışanların sürecin işleyişine ortak oldukları, ortak bir vizyon etrafında hareket ettikleri ve sonuçta firmaların çevreyi koruma anlayışının firmaların stratejilerinin arkasındaki itici güç olduğu ve çevresel etkileri en aza indiren hizmet ve süreçlerin geliştirilmesinde önemli çaba sarf ettikleri görülmektedir.

Sonuçları özetlersek; ilk olarak, Türkiye'deki global lojistik firmalarının çevresel yeteneklerinin (paylaşılan çevresel vizyon ve sürekli çevresel yenilik) pazar performansını artırmaya (pazar payı, net kâr marjı yükselişi, güçlü rekabet gibi konularda) katkı sağladığı görüşü desteklenmektedir. İkinci olarak, araştırma kapsamındaki firmaların çevresel yeteneklerinin (paylaşılan çevresel vizyon ve sürekli çevresel yenilik) kurumsal çevre stratejilerini oluşturmada anlamlı bir etkiye sahip olduğunu gösterilmekte ve buna dair ampirik kanıtlar sunulmaktadır. Son olarak, Türkiye'de emisyon yayılımını azaltmaya ve çevreye duyarlı hareket etmeye çalışan global lojistik firmalarının kurum bazında çevresel ortak bir vizyon belirledikleri ve sürekli çevresel yeniliklere odaklandıkları ve çevreci yaklaşımlar ile süreçlerini tamamlamaya çalıştıkları belirlenmiştir.

Günümüz iş dünyasının yöneticileri iklim değişikliği, kaynakların tükenmesi, küresel yoksulluk gibi zorluklarla başa çıkmaya çalışmaktadır. Bunun için iş dünyasını etkileyen global lojistik firma yöneticileri eko-verimlilik, kirliliği önleme, ürün yönetimi, hizmet yönetimi ve kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahip olmak gibi cesur yenilikçi adımlar atmaya devam etmektedirler. Bu yöneticilere sürdürülebilir çevre stratejilerine odaklanmaya devam etmeleri önerilmektedir. Bu kurumsal girişimlerde artan sürdürülebilir stratejilere odaklanmak ne kadar önemli olsa da artık tek başına yeterli olmayacağı açıktır. Bilindiği gibi artık çığır açan stratejiler geliştirmek giderek daha zorlayıcı bir hal almıştır. Global lojistik firma yöneticilerine tavsiyemiz, yönetim ve strateji konularına hâkim bilim insanlarından kurumsal çevre stratejilerinin geliştirilmesi konusunda destek almalarıdır. Bir diğer tavsiyemiz, global lojistik firma yöneticilerinin mevcut operasyonlarıyla olumsuz etkileri basitçe azaltmak yerine, sosyal ve çevresel sorunları gerçekten çözen ve çözüm bulmaya odaklanan kuruluşlar olmaları ve bunun için çalışanlarıyla birlikte çevresel vizyon yaratmaları ve çevresel yenilikçi olmalarıdır. Bunun için global lojistik firma yöneticilerine, daha düşük çevresel etkilere sahip "yeni nesil" teknolojilerin kullanımı ve tüm insanlığa ulaşmak için sağlanan hizmet faaliyetlerini doğal kaynak tabanlı görüğe tamamen entegre etmeleri önerilmektedir.

Bu çalışma, çevresel yeteneklerin kurumsal çevre stratejisi ve firmaların üstün pazar performansı elde etmelerine nasıl yardımcı olduğuna dair anlayışımızı genişletmektedir. Spesifik olarak, bulgular çevresel yeteneklerin kurumsal çevre stratejisi ve pazar performansı üzerindeki etkisinin tamamen çevreye verilen önem ve çevresel itibarın sağlanması gibi durumlardan kaynaklandığını göstermektedir. Bu nedenle, çalışmamız çevresel yeteneklerin hem kurumsal çevre stratejisi hem de pazar performansı üzerindeki doğrudan etkilerini göstermektedir. Gelecekteki araştırmacıların bu çalışmanın bulgularından yararlanarak çevresel yetenek boyutların tamamını ele almaları, henüz yeterince keşfedilmemiş dolaylı etkilerin önemini vurgulamaları ve destekleyici ampirik kanıtlar sağlamaları önerilmektedir. Bir diğer önemli önerimiz, bu çalışmadan elde edilen bulgular çevresel strateji literatürünün ilerlemesine katkıda

bulunsa da gelecekteki çalışmalarda bazı teorik sınırlamaların dikkate alınmasıdır. Örneğin, rekabet stratejisi ve çevresel strateji uygulamasında ülkeler arasında kültürel farklılıklar (Allen, Helms, Takeda, White & White 2006; Nguyen & Adomako, 2021) mevcuttur. Bu çalışmada, yöneticilerin strateji seçimini etkilediği düşünülen ülke kültürel faktörlerinin etkisi incelenmemiştir. Bu nedenle, bu çalışmadan elde edilen bulgular, araştırma modeline ülke kültürel faktörleri dahil edilerek genişletilebilir. Böylece çevresel yetenek anlayışı ve bu anlayışın pazar performansı üzerindeki etkilerinin araştırılması daha kapsamlı hale getirilerek, yetenek ve strateji literatürüne katkıların arttırılacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

ADOMAKO, S., NING, E., & ADU-AMEYAW, E. (2021). Proactive environmental strategy and firm performance at the bottom of the pyramid. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 422-431.

AFSAR, B., MAQSOOM, A., SHAHJEHAN, A., AFRIDI, S. A., NAWAZ, A., & FAZLIANI, H. (2020). Responsible leadership and employee's proenvironmental behavior: The role of organizational commitment, green shared vision, and internal environmental locus of control. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(1), 297-312.

AGUINIS, H., & GLAVAS, A. (2019). On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work. *Journal of Management*, 45(3), 1057-1086.

ALBERTINI, E. (2019). The contribution of management control systems to environmental capabilities. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 1163-1180.

ALLEN, R. S., HELMS, M. M., TAKEDA, M. B., WHITE, C. S., & WHITE, C. (2006). A comparison of competitive strategies in Japan and the United States. *SAM Advanced Management Journal*, 71(1), 24-35.

ALT, E., DÍEZ-DE-CASTRO, E. P., & LLORÉNS-MONTES, F. J. (2015). Linking employee stakeholders to environmental performance: The role of proactive environmental strategies and shared vision. *Journal of Business Ethics*, 128(1), 167-181.

ANDERSEN, J. (2021). A relational natural-resource-based view on product innovation: The influence of green product innovation and green suppliers on differentiation advantage in small manufacturing firms. *Technovation*, 102254.

ANSEEL, F., LIEVENS, F., SCHOLLAERT, E., & CHORAGWICKA, B. (2010). Response rates in organizational science, 1995–2008: A meta-analytic review and guidelines for survey researchers. *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 335-349.

ARAGÓN-CORREA, J. A., & SHARMA, S. (2003). A contingent resource-based view of proactive corporate environmental strategy. *Academy of Management Review*, 28(1), 71-88.

ARAGÓN-CORREA, J. A., HURTADO-TORRES, N., SHARMA, S., & GARCÍA-MORALES, V. J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of Environmental Management*, 86(1), 88–103.

ARAGÓN-CORREA, J. A., MARCUS, A. A., & VOGEL, D. (2020). The effects of mandatory and voluntary regulatory pressures on firms' environmental strategies: A review and recommendations for future research. *Academy of Management Annals*, 14(1), 339-365.

ARAGÓN-CORREA, J. A., MARTÍN-TAPIA, I., & HURTADO-TORRES, N. E. (2013). Proactive environmental strategies and employee inclusion: The positive effects of information sharing and promoting collaboration and the influence of uncertainty. *Organization & Environment*, 26(2), 139-161.

- BAE, H. S. (2017). The effect of environmental capabilities on environmental strategy and environmental performance of Korean exporters for green supply chain management. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 33(3), 167-176.
- BAKER, W. E., & SINKULA, J. M. (2005). Environmental marketing strategy and firm performance: Effects on new product performance and market share. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(4), 461-475.
- BANERJEE, S. B. (1998). Corporate environmentalism: Perspectives from organizational learning. *Management Learning*, 29(2), 147-164.
- BANERJEE, S. B. (2001). Managerial perceptions of corporate environmentalism: Interpretations from industry and strategic implications for organizations. *Journal of Management Studies*, 38(4), 489-513.
- BANERJEE, S. B. (2002). Corporate environmentalism: The construct and its measurement. *Journal of Business Research*, 55(3), 177-191.
- BANERJEE, S. B., IYER, E. S., & KASHYAP, R. K. (2003). Corporate environmentalism: Antecedents and influence of industry type. *Journal of Marketing*, 67(2), 106-122.
- BANSAL, P., & SONG, H. C. (2017). Similar but not the same: Differentiating corporate sustainability from corporate responsibility. *Academy of Management Annals*, 11(1), 105-149.
- BARANOVA, P., & MEADOWS, M. (2017). Engaging with environmental stakeholders: Routes to building environmental capabilities in the context of the low carbon economy. *Business Ethics: A European Review*, 26(2), 112-129.
- BARANOVA, P., & PATERSON, F. (2017). Environmental capabilities of small and medium sized enterprises: Towards transition to a low carbon economy in the East Midlands. *Local Economy*, 32(8), 835-853.
- BARNEY, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- BERCHICCI, L., DOWELL, G., & KING, A. A. (2012). Environmental capabilities and corporate strategy: Exploring acquisitions among US manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 33(9), 1053-1071.
- BERNARD, A. B., JENSEN, J. B., REDDING, S. J., & SCHOTT, P. K. (2018). Global firms. *Journal of Economic Literature*, 56(2), 565-619.
- BETTS, T. K., SUPER, J. F., & NORTH, J. (2018). Exploring the influence of institutional pressures and production capability on the environmental practices-Environmental performance relationship in advanced and developing economies. *Journal of Cleaner Production*, 187, 1082-1093.
- BHATTACHARYYA, A. (2019). Corporate environmental performance evaluation: A cross-country appraisal. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117607.
- BLOOM, N., & VAN REENEN, J. (2010). Why do management practices differ across firms and countries?. *Journal of Economic Perspectives*, 24(1), 203-24.
- BU, X., DANG, W. V., WANG, J., & LIU, Q. (2020). Environmental orientation, green supply chain management, and firm performance: Empirical evidence from Chinese Small and medium-sized enterprises. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(4), 1199.
- BUYSSE, K., & VERBEKE, A. (2003). Proactive environmental strategies: A stakeholder management perspective. *Strategic Management Journal*, 24(5), 453-470.
- CASSELLS, S., & LEWIS, K. V. (2017). Environmental management training for micro and small enterprises: The missing link?. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 297-312.

- CHABOWSKI, B. R., & MENA, J. A. (2017). A review of global competitiveness research: Past advances and future directions. *Journal of International Marketing*, 25(4), 1-24.
- CHAN, R. Y. (2005). Does the natural-resource-based view of the firm apply in an emerging economy? A survey of foreign invested enterprises in China. *Journal of Management Studies*, 42(3), 625-672.
- CHAN, R. Y. (2010). Corporate environmentalism pursuit by foreign firms competing in China. *Journal of World Business*, 45(1), 80-92.
- CHANG, C. H. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: The mediation role of green innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 361-370.
- CHOPRA, R. (2016). Environmental degradation in India: causes and consequences. *International Journal of Applied Environmental Sciences*, 11(6), 1593-1601.
- DARNALL, N., & EDWARDS, D. (2006). Predicting the cost of environmental management system adoption: the role of capabilities, resources and ownership structure. *Strategic Management Journal*, 27(4), 301-320.
- DARNALL, N., HENRIQUES, I., & SADORSKY, P. (2010). Adopting proactive environmental strategy: The influence of stakeholders and firm size. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1072-1094.
- DAY, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- DE SOUSA JABBOUR, A. B. L., NDUBISI, N. O., & SELES, B. M. R. P. (2020). Sustainable development in Asian manufacturing SMEs: Progress and directions. *International Journal of Production Economics*, 225, 107567.
- DIMAGGIO, P. J., & POWELL, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- DOBBS, R., KOLLER, T., & RAMASWAMY, S. (2015). *Playing to win: The new global competition for corporate profits*. New York: McKinsey & Company.
- DOĞAN, Z., YALÇIN, H., YENİGÜN, İ., & BİLGİLİ, A. V. (2021). Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modelinin Yeraltı Suyu Kalitesinin Değerlendirilmesinde Kullanımı. *Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi*, 12(1), 165-174.
- FINK, A. (2017). *How to conduct surveys: A step-by-step guide (6th edition)*. Thousand Oaks, CA, Los Angeles: Sage.
- FREEMAN, R. E., DMYTRIYEV, S. D., & PHILLIPS, R. A. (2021). Stakeholder theory and the resource-based view of the firm. *Journal of Management*, 47(7), 1757-1770.
- GIOVANNI, P., D. (2012). Do internal and external environmental management contribute to the triple bottom line?. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(3), 265-290.
- GLINER, J. A., MORGAN, G. A., & LEECH, N. A. (2017). *Research methods in applied settings: An integrated approach to design and analysis (2nd edition)*. New York, NY: Routledge/Taylor & Francis.
- GÖK, O., PEKER, S. (2017). Understanding the links among innovation performance, market performance and financial performance. *Review of Managerial Science*, 11(3), 605-631.
- GOTTELAND, D., SHOCK, J., & SARIN, S. (2020). Strategic orientations, marketing proactivity and firm market performance. *Industrial Marketing Management*, 91, 610-620.
- HAIR, J. F., BABIN, B. J., ANDERSON, R. E., & BLACK, W. C. (2019). *Multivariate data analysis (8th Edition)*. United Kingdom: Cengage Learning.

HAIR, J. F., RINGLE, C. M., & SARSTEDT, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.

HAMEED, W. U., NISAR, Q. A., & WU, H. C. (2021). Relationships between external knowledge, internal innovation, firms' open innovation performance, service innovation and business performance in the Pakistani hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102745.

HART, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of Management Review*, 20(4), 986-1014.

HART, S. L., & DOWELL, G. (2011). Invited editorial: A natural-resource-based view of the firm: Fifteen years after. *Journal of Management*, 37(5), 1464-1479.

HEL FAT, C. E., FINKELSTEIN, S., MITCHELL, W., PETERAF, M., SINGH, H., TEECE, D., & WINTER, S. G. (2009). *Dynamic Capabilities: Understanding Strategic Change in Organizations*. London: Blackwell Pub.

HIRUNYAWIPADA, T., & XIONG, G. (2018). Corporate environmental commitment and financial performance: Moderating effects of marketing and operations capabilities. *Journal of Business Research*, 86, 22-31.

HITT, M. A., XU, K., & CARNES, C. M. (2016). Resource based theory in operations management research. *Journal of Operations Management*, 41, 77-94.

HOFMANN, K. H., THEYEL, G., & WOOD, C. H. (2012). Identifying firm capabilities as drivers of environmental management and sustainability practices—evidence from small and medium-sized manufacturers. *Business Strategy and the Environment*, 21(8), 530-545.

HOMBURG, C., & JENSEN, O. (2007). The thought worlds of marketing and sales: which differences make a difference?. *Journal of Marketing*, 71(3), 124-142.

HONG, P., KWON, H. B., & ROH, J. J. (2009). Implementation of strategic green orientation in supply chain. *European Journal of Innovation Management*, 12(4), 512-532.

HOYLE, R. H. (Ed.). (2012). *Handbook of structural equation modeling*. Guilford Press.

HUANG, Y., & HUANG, J. (2018). Competitiveness as a broad concept: definitions and methodologies in three industry contexts. *International Journal of Management Concepts and Philosophy*, 11(2), 172-189.

JIANG, W., ROSATI, F., CHAI, H., & FENG, T. (2020). Market orientation practices enhancing corporate environmental performance via knowledge creation: Does environmental management system implementation matter?. *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1899-1924.

JIN, Y., CHENG, C., & ZENG, H. (2020). Is evil rewarded with evil? The market penalty effect of corporate environmentally irresponsible events. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 846-871.

JOURNEAULT, M. (2016). The influence of the eco-control package on environmental and economic performance: A natural resource-based approach. *Journal of Management Accounting Research*, 28(2), 149-178.

KOHLI, A. K., & JAWORSKI, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.

LI, H., & ATUAHENE-GIMA, K. (2001). Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China. *Academy of management Journal*, 44(6), 1123-1134.

LI, Z., LIAO, G., & ALBITAR, K. (2020). Does corporate environmental responsibility engagement affect firm value? The mediating role of corporate innovation. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1045-1055.

- LIU, W., & ATUAHENE-GIMA, K. (2018). Enhancing product innovation performance in a dysfunctional competitive environment: The roles of competitive strategies and market-based assets. *Industrial Marketing Management*, 73, 7-20.
- LUEHRMAN, T. A. (1990). The exchange rate exposure of a global competitor. *Journal of International Business Studies*, 21(2), 225-242.
- MATEO-MÁRQUEZ, A. J., GONZÁLEZ-GONZÁLEZ, J. M., & ZAMORA-RAMÍREZ, C. (2021). The influence of countries' climate change-related institutional profile on voluntary environmental disclosures. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 1357-1373.
- MCMANUS, J. T., WHITE, D., & BOTTEN, N. (2008). *Managing global business strategies: A Twenty-First Century Perspective*. Oxford, UK: Chandos Publishing.
- MELANDER, L. (2018). Customer and supplier collaboration in green product innovation: External and internal capabilities. *Business Strategy and the Environment*, 27(6), 677-693.
- MENGUC, B., & OZANNE, L. K. (2005). Challenges of the "green imperative": A natural resource-based approach to the environmental orientation-business performance relationship. *Journal of Business Research*, 58(4), 430-438.
- MENGUC, B., AUH, S., & OZANNE, L. (2010). The interactive effect of internal and external factors on a proactive environmental strategy and its influence on a firm's performance. *Journal of Business Ethics*, 94(2), 279-298.
- MIRZA, S. S., & AHSAN, T. (2020). Corporates' strategic responses to economic policy uncertainty in China. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 375-389.
- MISHRA, P., & YADAV, M. (2021). Environmental capabilities, proactive environmental strategy and competitive advantage: A natural-resource-based view of firms operating in India. *Journal of Cleaner Production*, 291, 125249.
- MORALES-RAYA, M., MARTÍN-TAPIA, I., & ORTIZ-DE-MANDOJANA, N. (2019). To be or to seem: The role of environmental practices in corporate environmental reputation. *Organization & Environment*, 32(3), 309-330.
- NARVER, J. C., & SLATER, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- NGUYEN, N. P., & ADOMAKO, S. (2021). Environmental proactivity, competitive strategy, and market performance: The mediating role of environmental reputation. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 2008-2020.
- OSWALD, S. L., MOSSHOLDER, K. W., & HARRIS, S. G. (1994). Vision salience and strategic involvement: Implications for psychological attachment to organization and job. *Strategic Management Journal*, 15(6), 477-489.
- PAPAGIANNAKIS, G., VOUDOURIS, I., LIOUKAS, S., & KASSINIS, G. (2019). Environmental management systems and environmental product innovation: The role of stakeholder engagement. *Business Strategy and the Environment*, 28(6), 939-950.
- PAULRAJ, A., CHEN, I. J., & BLOME, C. (2017). Motives and performance outcomes of sustainable supply chain management practices: A multi-theoretical perspective. *Journal of Business Ethics*, 145(2), 239-258.
- PETERAF, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- PORTER, M. E. (1980). Industry structure and competitive strategy: Keys to profitability. *Financial Analysts Journal*, 36(4), 30-41.
- PORTER, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press.
- RAJESH, R. (2020). Exploring the sustainability performances of firms using environmental, social, and governance scores. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119600.

- RAMANATHAN, R., RAMANATHAN, U., & BENTLEY, Y. (2018). The debate on flexibility of environmental regulations, innovation capabilities and financial performance—A novel use of DEA. *Omega*, 75, 131-138.
- RAMLİ, N. A., LATAN, H., & NARTEA, G. V. (2018). Why Should PLS-SEM Be Used Rather Than Regression? Evidence from the Capital Structure Perspective. In N. K. Avkiran & C. M. Ringle (Eds.), *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (Vol. 267, pp. 171–209). Springer International Publishing.
- REUBER, A. R., TIPPMMANN, E., & MONAGHAN, S. (2021). Global scaling as a logic of multinationalization. *Journal of International Business Studies*, 52, 1031–1046.
- ROQUEBERT, J. A., PHILLIPS, R. L., & WESTFALL, P. A. (1996). Markets vs. Management: What 'drives' profitability?. *Strategic Management Journal*, 17(8), 653–64.
- RUBERA, G., & KIRCA, A. H. (2012). Firm innovativeness and its performance outcomes: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Marketing*, 76(3), 130-147.
- SARDANA, D., GUPTA, N., KUMAR, V., & TERZIOVSKI, M. (2020). CSR 'sustainability' practices and firm performance in an emerging economy. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120766.
- SCARPELLINI, S., VALERO-GIL, J., MONEVA, J. M., & ANDREAUS, M. (2020). Environmental management capabilities for a "circular eco-innovation". *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 1850-1864.
- SHAH, N., & SOOMRO, B. A. (2021). Internal green integration and environmental performance: The predictive power of proactive environmental strategy, greening the supplier, and environmental collaboration with the supplier. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 1333-1344.
- SHARMA, S., & VREDENBURG, H. (1998). Proactive corporate environmental strategy and the development of competitively valuable organizational capabilities. *Strategic Management Journal*, 19(8), 729-753.
- SHARMA, S., ARAGON-CORREA, J. A., & RUEDA, A. (2004). A contingent resource-based analysis of environmental strategy in the Ski industry, ASAC, 1–26.
- SHARMA, S., ARAGÓN-CORREA, J. A., & RUEDA, A. (2007). The contingent influence of organizational capabilities on proactive environmental strategy in the service sector: An analysis of North American and European ski resorts. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 24(4), 268-283.
- SHU, C., LIU, J., ZHAO, M., & DAVIDSSON, P. (2020). Proactive environmental strategy and firm performance: The moderating role of corporate venturing. *International Small Business Journal*, 38(7), 654-676.
- SOLOVIDA, G. T., & LATAN, H. (2017). Linking environmental strategy to environmental performance: Mediation role of environmental management accounting. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 8(5), 595-619.
- TALAJA, A. (2012). Testing VRIN framework: Resource value and rareness as sources of competitive advantage and above average performance. *Management-Journal of Contemporary Management Issues*, 17(2), 51-64.
- TEECE, D. J., (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40-49.
- TEECE, D. J., PISANO, G., & SHUEN, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- UMRANI, W. A., KURA, K. M., & AHMED, U. (2018). Corporate entrepreneurship and business performance. *PSU Research Review*, 2(1), 59-80.
- VELEVA, V., HART, M., GREINER, T., & CRUMBLEY, C. (2003). Indicators for measuring environmental sustainability: A case study of the pharmaceutical industry. *Benchmarking: An International Journal*, 10(2), 107-119.

WERNERFELT, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

WONG, D. T., & NGAI, E. W. (2021). Economic, organizational, and environmental capabilities for business sustainability competence: Findings from case studies in the fashion business. *Journal of Business Research*, 126, 440-471.

WU, J., DING, Y., ZHANG, F., & LI, D. (2021). How to improve environmental performance of heavily polluting companies in China? A cross-level configurational approach. *Journal of Cleaner Production*, 311(2021), 127450.

YADAV, P. L., HAN, S. H., & KIM, H. (2017). Sustaining competitive advantage through corporate environmental performance. *Business Strategy and the Environment*, 26(3), 345-357.

YANG, C. S., & LIRN, T. C. (2017). Revisiting the resource-based view on logistics performance in the shipping industry. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47 (9), 884-905.

YANG, D., JIANG, W., & ZHAO, W. (2019). Proactive environmental strategy, innovation capability, and stakeholder integration capability: A mediation analysis. *Business Strategy and the Environment*, 28(8), 1534-1547.

YAVUZ, Ş. (2009). Yeşil halkla ilişkiler ve ikna. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, | *Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (37), 128-143.

YILDIRIM ÖZMUTLU, S. (2021). Pazar Yöneliminin Pazar ve Stratejik Performans Üzerindeki Etkileri: Küçük ve Orta Ölçekli Lojistik Firmaları Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (3) , 775-787 .

YU, Y., & HUO, B. (2019). The impact of environmental orientation on supplier green management and financial performance: The moderating role of relational capital. *Journal of Cleaner Production*, 211, 628-639

ZOU, S., & CAVUSGIL, S. T. (2002). The GMS: A broad conceptualization of global marketing strategy and its effect on firm performance. *Journal of Marketing*, 66(4), 40-56.

<Url 1> T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı. Erişim tarihi: 24.07.2019, <https://uhdgm.uab.gov.tr/uploads/pages/tio/tio-yetki-belgesi.pdf>

<Url 2> Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD). Erişim tarihi: 24.07.2019, <https://www.utikad.org.tr/>

Summary

In today's turbulent environment, the rules of the game are constantly changing in global competition. In such conditions, companies' environmental capabilities and corporate environmental strategies constitute a significant part of global competition. Having environmental capabilities enables companies to gain advantages in the global arena. Although the basis of this is to have environmental capabilities, the environmental policies implemented by countries and the regulations made within this framework are also important in developing environmental capabilities. This study researches the first two of these four environmental capabilities, "continuous innovation, shared vision, stakeholder integration, and organizational learning," which are cited as the most common environmental capabilities found in the natural resource-based view (NRBV) literature. NRBV is built on resource-based view (RBV). This view emphasizes the interaction of companies with the natural environment in addition to the assumptions of RBV in achieving sustainable competitive advantage. Global companies today, give priority to environmental awareness in terms of increasing its reputation, gaining advantage, and increasing its market share. Thus, global companies can turn to develop their environmental capabilities

and determine their corporate environmental strategies. In fact, by taking these steps, companies reveal their natural resource-based outlook. A firm's natural resource-based outlook includes key elements that enable companies to develop and maintain valuable environmental capabilities, to adopt corporate and proactive environmental strategies, and to reap financial and non-financial benefits.

This study aims to examine the impact of environmental capabilities on market performance. However, an attempt was made to determine whether the environmental capabilities of the company have an impact on corporate environmental strategy. As a result of the literature research, it has been seen that such studies are lacking in Turkey and in developing countries like Turkey, and studies are mostly conducted in developed countries. The literature review shows that the theories and findings are generalized with the research focusing on developed countries and firms in these countries. For this reason, it has been discussed in the context of Turkey to learn how the effect of the issue will be in different environments.

The universe of the research consists of executives working in senior management positions in approximately 225 domestic and foreign global logistics companies. The sample of the study constitutes 131 company managers who agreed to participate in the research among the senior managers of 186 companies selected by random sampling method from global logistics companies operated in Turkey between February 2019 and January 2020. Three questions in the first section of the questionnaire used in the study are related to basic information about the participant and the company, whereas the following 16 questions in the second section are related to the items of the variables. In the second section of the questionnaire, 5-point Likert scales were used to assess the variables. As a result of a comprehensive search of the literature, "Shared Vision" scale developed by Sharma et al., (2004), "Continuous Innovation" scale developed by Sharma et al., (2007) "Corporate Environmental Strategy" scale developed by Banerjee et al., (2003), "Market Performance" scale developed by Homburg and Jensen (2007) were used. Within the scope of the research, firstly, analyses were performed related to the construct validity of the scale for the variables, and then, confirmatory factor analysis was applied to the scales by using AMOS, and finally, analyses showing the relationships between variables were performed using structural equation modeling.

The results show that global logistics companies are able to reflect the power of environmental capabilities to their market performance. Accordingly, environmental capabilities appears to have a significant and positive effect on the market performance (β ; 0.728, $P < 0.001$). Environmental capability dimensions, shared environmental vision (β ; 0.483, $P < 0.001$) and continuous environmental innovation (β ; 0.282, $P < 0.01$) appear to affect the market performance significantly. These findings show that the "shared environmental vision" of firms among environmental capabilities is more dominant and powerful, and that "continuous environmental innovation" dimension needed further strengthening. In addition, it was determined that the environmental capabilities of the companies within the scope of the research significantly increased the corporate environmental strategy (β ; 0.684, $P < 0.001$). However, environmental capability dimensions, shared environmental vision (β ; 0.235, $P < 0.05$) and continuous environmental innovation (β ; 0.515, $P < 0.001$) appear to significantly affect market performance. The effects of environmental capability dimensions on corporate environmental strategy are determined as "continuous environmental innovation and shared environmental vision" respectively, as seen from the β values. As a result, it has been observed that global logistics companies in Turkey try to reduce emissions and act environmentally friendly, set a common environmental vision on an institutional basis, constantly focus on environmental innovations, and try to complete the processes with environmentalist approaches and increase their market performance.

Restoran Çalışanlarının Vegan ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Ölçülmesi*

Yüksel YILMAZ**, Aslı ALBAYRAK***

Öz

Genellikle sağlık ya da hayvan hakları sebebiyle olmak üzere farklı sebeplerle insanlar vegan ve vejetaryen beslenme şekillerini tercih etmektedir. Geçmişten günümüze vegan ve vejetaryen beslenme tarzını benimseyen kişilerin sayısının artış gösterdiği görülmektedir. Vegan ve vejetaryen beslenme, sadece insanların sağlıklı ve uzun bir ömür sürme arzularından ileri gelen bir ihtiyaca cevap vermemektedir. Bununla birlikte vegan ve vejetaryen beslenenler dışarıda yemek yediklerinde özellikle çalışanların bilgi eksikliği dolayısıyla çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki yiyecek-içecek sektöründe çalışanların vegan ve vejetaryen beslenme tarzına yönelik tutumlarının ve bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler bağımsız örneklem t- testi, ANOVA ve Açıklayıcı faktör analizi (AFA) yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personellerinin vegan ve vejetaryen beslenmeye yönelik temel bilgi düzeylerinin kısmen yeterli olduğunu göstermektedir. Çalışma sonucunda restoran çalışanlarına vegan ve vejetaryen ihtiyaçlarını karşılama konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Yiyecek-İçecek İşletmesi Çalışanları, Vegan Beslenme, Vejetaryen Beslenme, Bilgi, Tutum

Measuring Knowledge and Attitudes of Restaurant Staff About Vegan Vegetarian Nutrition

Abstract

People prefer vegan / vegetarian diets for different reasons, usually health or animal rights. It is seen that the number of people who adopt vegan and vegetarian diet from past to present has increased. Vegan and vegetarian diets do not just meet a need



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 13.10.2021

Kabul/Accepted: 28.02.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.995215>

* Bu çalışma, Prof. Dr. Aslı ALBAYRAK danışmanlığında hazırlanmış olan 'Restoran Çalışanlarının Vegan ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Ölçülmesi' başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Bilim Uzmanı, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye. E-posta: yilmazz.yuksell@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-8875-4039>

*** Prof. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: aalbayrak@gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-1002-2476>

arising from the desire of people to live a healthy and long life. However, vegan and vegetarian dieters face various problems, especially when they eat restaurants, especially due to the lack of knowledge of the employees. That's why, the main purpose of this research is to reveal whether the attitudes and knowledge levels of those working in the food and beverage sector in Turkey towards the vegan and vegetarian diet differ in terms of some demographic variables. Questionnaire method was used as data collection technique. The data obtained were analyzed with the help of independent sample t-test, ANOVA and Exploratory factor analysis (EFA). The results of the research show that the basic knowledge level of the personnel working in the food and beverage businesses about vegetarian / vegan nutrition is partially sufficient. As a result of the study, given suggestions to restaurant employees about vegan-vegetarian diets.

Keywords: Food and Beverage Business, Food and Beverage Business Employees, Vegan Nutrition, Vegetarian Nutrition, Knowledge, Attitude

1. Giriş

Dünya genelinde gün geçtikçe artış gösteren vejetaryen/veganlık sadece bir beslenme biçimi değil aynı zamanda yaşam tarzı ve etik tutum haline geldiği görülmektedir (Singer, 2005, s.224-255). Vejetaryen beslenmenin temeli insanların hayvansal ürünleri tüketmeden de ihtiyaç duyduğu besin öğelerini alabileceği görüşüne dayanırken vegan beslenmenin temeli hayvanların da birer canlı olduğu ve onlardan insanlığın fayda sağlayacağı hiçbir ürünün elde edilmemesi gerektiği temeline dayanmaktadır (Kaluzza vd., 2023; Kwiatkowska vd., 2022; The Vegan Society, 2020; Leitzmann, 2014). Vegan kültürünün temeli, hayvanların yetiştirilmesinin uygun şartlarda gerçekleştirilmesi gerektiği ve hayvanlara eziyet edilmesinin doğru olmadığını savunan kişiler tarafından ortaya atılan "Hayvana Saygı" temeline doğduğu ifade edilmektedir. Vegan beslenme hayvansal içerikli olan hiçbir ürünün kullanılmadan, bunların yerine sadece sebze, baklagiller, meyve, tahıl ve kabuklu yemiş gibi gıdaların tüketilmesini ifade etmektedir (Melina, Craig ve Levin, 2016; Snejder ve Molder, 2009, s.622). Vegan beslenmede hayvansal herhangi bir gıda asla bulunmamaktadır. Yalnızca hayvan eti değil, bu hayvanlardan sağlanan süt, yumurta ve bal gibi gıdalarda tüketilmemektedir. Vegan beslenmede sadece sebze, meyve, bakliyat, fındık ve tahıl gibi ürünler benimsenmektedir (Greenebaum, 2012, s.129; The Vegan Society, 2020). Veganlık bir yaşam biçimi olduğundan sadece beslenme değil, bunun yanı sıra kıyafet, kozmetik ve temizlik malzemelerinde hayvansal içerikli ürünler tercih edilmemektedir (Tural, 2018: 7).

Vejetaryen beslenme ise, M.Ö 6.yy'da eski Yunanistan'da gizemli din olarak bilinen Orphic ya da Orphism takipçileri tarafından başlatıldığı ifade edilmektedir. Etik vejetaryenliğin babası olarak ise Yunan filozof olan Pisagor kabul edilmektedir. Pisagor ve sonrasında birçok bilim insanı tarafından vejetaryen beslenmenin kabul edilmesiyle yayılarak Rönesans Dönemi'nde vejetaryen beslenme şeklini benimseyen kişilerin sayısı artmıştır. Böylece zamanla tüm dünya genelinde vejetaryen toplulukları ortaya çıkmaya başlamıştır (Leitzmann, 2014: 496). Vejetaryen beslenmede sadece hayvan etleri beslenme dışında bırakılmaktadır (Mangels, 2014, s.469.). Vejetaryen beslenen kişilerin diyetlerinde meyve, sebze, tahıl, bakliyat ve fındık yer almaktadır. Bu kişilerin yemekleri genellikle C, E, B12 ve magnezyum açısından zengindir. Vejetaryen bireyler beslenmelerinde bu vitaminlere yer vererek vücudun alması gereken vitamin ve mineralleri dengelemektedirler (Key, Appleb ve Rosell, 2006, s. 36). Vegan ve vejetaryen beslenme biçimi uzun zamandır var olmasına rağmen bu şekilde beslenen kişilerin sayısı

20. yy. itibarıyla hayvan hakları, dini ve ekonomik sebeplerle artış göstermiştir (Balcı, 2018, s.5). Günümüze yaklaştıkça daha da artan bu sayı nüfusun %10.0'una denk gelmektedir.

Vegan ve vejetaryen beslenme biçimini için çeşitli tercih sebepleri bulunmaktadır. Vegan ve vejetaryen beslenme öncelikle sağlık açısından tercih edilmektedir. Yapılan çalışmalar (Karabudak, 2008; Lap ve Joan, 2014; Dyett, Rajaram, Haddad ve Sabate; 2014) et yemeyen kişilerin et yiyen kişilere göre daha sağlıklı olduğunu göstermektedir. Vegan ve vejetaryen beslenen bireylerin şeker hastalığı, obezite, kalp-damar hastalıkları, damar sertliği, yüksek tansiyon gibi hastalıkların daha az görüldüğü ve bu kişilerin kolesterol düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Vegan ve vejetaryen beslenme biçiminin tercih edilme nedenlerinden biri de kültürel nedenlerdir. Çünkü besinlerin hem üretim hem de tüketim sürecinde kültürel farklılıklar etkili olmaktadır (Beşirli ve Kimlik, 2010). Bireylerin doğal çevre ve hayvanlarla olan ilişkisi, hayvansal ürünlerin beslenme listesinde yer alıp almayacağı, onların içinde yaşadıkları toplumun beslenme kültürü sonucunda gelişmektedir. Toplumların kültürel yapılarına göre bazı geleneksel günlere hayvanların tüketimi dahil olmaktadır (Sezgin ve Ayyıldız, 2019).

Ekofeminizm sebebiyle de vegan ve vejetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Ekofeminizm terimi hem feminist hem ekolojist çevrelerin düşünsel yapılarının bileşiminden gelişmiş bir kavramdır. Feminist ve ekolojist çevrelerinin bulunduğu ortak noktaları doğa ve kadın üzerindeki ataerkil baskıcı tutum olarak ifade edilmektedir. Vegan ve vejetaryen beslenme biçimi ekolojik ortama daha az zarar vermektedir. Hayvancılık ve tarım karşılaştırıldığı zaman ikisinin de ekolojiye zarar vermesine rağmen hayvancılığın zararının daha büyük olduğu görülmektedir. Ayrıca hayvancılığın artmasıyla birlikte daha çok hayvan beslemek durumunda kalmaktadır. Beslenmeleri gereken bu hayvanlar ise tarım arazilerinin yok olmasına sebep olmaktadır (Sabatè ve Soret, 2014).

Hayvan haklarının ihlal edilmesi sebebiyle de vegan ve vejetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Hayvanlar üzerinden ekonomik kazanç elde etmek isteyen insanlar onlara eziyetler yaşatarak kullanmaktadır (Çoban, Hamamcı ve Keleş, 2012). Örneğin domuz ve tavuk gibi çiftlik hayvanları çeşitli işkencelere maruz kalmaktadır. Kafeslere takılmaması için tavukların kanatlarının kesilmesi, kalabalıkta birbirlerini gagalamasınlar diye gagalarının bir bölümünün kesilmesi, yumurta üretiminde kullanılmayan erkek civcivlerin öldürülmesi, tüylerinin kolay yolunması için başları kesilen tavukların canlı canlı kaynar suya atılması gibi birçok örnek sunmak mümkündür (Degrazia, 2002; Demirağ, 2012).

Vegan ve vejetaryen beslenme dünya genelinde bu denli hızlı şekilde artarken bu beslenme biçimini tercih edenlerin arzu ettikleri yemekleri bulma konusunda çeşitli sıkıntılar yaşadıkları varsayılmaktadır ve alan yazın değerlendirildiğinde bu sorunların kaynağı ile ilgili detaylı bilgiye ulaşılamamıştır. Dolayısıyla bu araştırma, Türkiye'deki yiyecek/içecek sektöründe istihdam edilen paydaşların (mutfak personeli, servis personeli, restoran müdürü, işletme sahibi vb.) vejetaryen/vegan olgusuna ilişkin genel tutumlarından elde edilen bilgilerden yola çıkarak, bu tutumların gelecekte işletme düzeyinde ne türlü davranış değişimlerine yol açabileceğini ön görmek açısından önem arz etmektedir. Alan yazında vejetaryenliğin ve veganlığın, yiyecek/içecek sektörü özelinde bir araştırma konusu olarak büyük ölçüde göz ardı edilmesi (Rivera ve Shani, 2013, s. 1050) ve vejetaryen/vegan müşteri/tüketicilerin isteklerinin karşılanmasında ortaya çıkan engellerin açıkça irdelenmemesi, böylesine önem arz eden bir kavrama dair halen karanlık kalmış noktaların olabileceği sonucunu düşündürmektedir. Dolayısıyla bu araştırma, spesifik anlamda gastronomi alan yazınına yararlı bilgiler sunmasının yanı sıra yiyecek/içecek işletmeleri için de birtakım çıkarımlarda bulunulmasına olanak sağlaması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca çalışmada sonucunda elde edilen verilerin konu

üzerine araştırma yapmak isteyen yerli araştırmacılara katkı sağlayabilmesi açısından çalışma önemli görülmüştür.

Yöntem

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki yiyecek/içecek sektöründe istihdam edilen iş görenlerin vejetaryen/vegan olgusuna yönelik geliştirdikleri tutumlarının ve yine bu olguya yönelik bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Araştırmanın alt amacı ise vegan ve vejetaryen beslenme tarzını benimsemiş olan tüketicilerin ilgili sektördeki işletmelerden ne türlü taleplerinin olduğu, vejetaryen ve vegan müşteri/tüketicilerin işletmeye ne tür şikâyetlerinde bulduklarını yiyecek içecek endüstrisinde çalışanların bakış açısından yola çıkarak yordanmaya çalışılmasıdır.

Çalışmanın evrenini, Türkiye'de yiyecek/içecek sektöründe hizmet veren işletmelerin personelleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise İstanbul ili sınırları içerisindeki yiyecek/içecek işletmelerinde çalışan mutfak ve servis personelleri oluşturmaktadır ancak Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından çalışmada örneklem belirleme yöntemine gidilmiştir. Kayıtlı verilere göre İstanbul'da çalışan yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının net sayısına ulaşamamıştır. Dolayısıyla örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 49-50) tarafından $d = \pm .05$ örneklem hatası ve $p = .05$, $q = .05$ güven aralığında evrenin 1 milyon ile 100 milyon olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiğinin belirtilmiş olduğu Örneklem Büyüklüğü Tablosundan yararlanılmıştır. Bu verilerden hareketle örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiş ve örnekleme alınacak bireyler kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, katılımcıların çeşitli demografik özelliklerine ilişkin bilgi ve verileri içeren bölümdür. Anket formunun ikinci kısmında ise restoranlarda gerek iş gören (mutfak personeli, servis elemanı) gerekse karar verici (restoran müdürü, restoran sahibi) pozisyonlarında görevli olan bireylerin vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik tutumlarını incelemeyi amaçlayan, Rivera ve Shani (2013) tarafından geliştirilen "Vejetaryen Beslenmeye Yönelik Genel Tutumlar" ölçeği yer almaktadır. Anket formunun son kısmı ise Kuz (2018) tarafından geliştirilen "Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri" ölçeğinden oluşmaktadır. Toplam 31 ifadeden oluşan ölçeğin 24 ifadesi doğrudan Kuz (2018)'un araştırmasında edinilirken, araştırma amacına katkı vereceği düşünülen 7 ifade ise Rivera ve Shani'nin çalışmasından yola çıkarak geliştirilmiştir. Çalışmada test edilmek istenen hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

H₁: Kadın ve erkek yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₂: Farklı yaş grubundaki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₃: Farklı öğrenim durumuna sahip yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₄: Yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının meslekte çalıştıkları süreye göre vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H5: Farklı alanlarda öğrenim görmüş yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H6: Farklı görevdeki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H7: Katılımcıların işyerindeki görevleri ile vegan ve vejetaryen beslenme biçimiyle ilgili görüş, tutum ve bilgi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

2. Bulgular

Çalışma verilerinin analizinde ölçeğin ilk kısmında yer alan ve katılımcıların demografik durumunu vurgulayan ifadeler betimleyici analizler yardımıyla ifade edilmiştir. Çalışma kapsamında 389 katılımcıya ilişkin veriler değerlendirilmiştir. Bu katılımcıların %57,0'si erkek, %43,0'ü kadındır. Katılımcılar yaşları açısından değerlendirildiğinde yaklaşık %70,0'ini 21-30 yaş arası görece genç bireyler oluşturmaktadır. İşyerindeki görevleri bakımından %73,0 ile mutfak personeli, yaklaşık %15,0 ile de servis personeli olarak hizmet veren katılımcı oranları görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %85,0'inin ön lisans ve ön lisans üzeri örgün eğitim süreçlerini tamamladığı gözlenmektedir. Eğitimi alınan uzmanlık alanı açısından ise yoğunluk gastronomi eğitimi (%30,1), aşçılık eğitimi (%28,5) ve turizm meslek liselerinden edinilen kazanımlardan (%17,5) oluşmaktadır. Katılımcıların mesleklerinde çalıştıkları süreler ise oldukça dengeli bir yayılım göstermiş olup, bunlar sırasıyla 2-4 yıl arası süreyle çalışanlar (%26,7), 5-7 yıl arası süreyle çalışanlar (%21,6), 10 yıl ve üstünde süreyle çalışanlar (%18,8), 1 yıl ve altında süreyle çalışanlar (%16,7) ve 8-10 yıl arası süreyle çalışanlar şeklindedir (%15,9).

Tablo 1. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Çıktıları

ÖLÇEK BOYUTLARINA AİT İFADELER	1	2	3	4	5	6
Erişilebilirliğin Zorluğu (6)	0.824					
Erişilebilirliğin Zorluğu (1)	0.806					
Erişilebilirliğin Zorluğu (2)	0.739					
Erişilebilirliğin Zorluğu (4)	0.709					
Erişilebilirliğin Zorluğu (5)	0.554					
Erişilebilirliğin Zorluğu (7)	0.503					
Erişilebilirliğin Zorluğu (3)	0.489					
Rekabet Üstünlüğü (3)		0.800				
Rekabet Üstünlüğü (1)		0.747				
Rekabet Üstünlüğü (2)		0.742				
Rekabet Üstünlüğü (4)		0.609				
Personel Eğitiminin Zorluğu (2)			0.873			
Personel Eğitiminin Zorluğu (1)			0.849			
Personel Eğitiminin Zorluğu (3)			0.775			
Yapısal Sorunlar (3)				0.854		
Yapısal Sorunlar (4)				0.852		
Yapısal Sorunlar (2)				0.593		
Yapısal Sorunlar (1)				0.546		
Deneyimleme Arzusu (3)					0.754	
Deneyimleme Arzusu (1)					0.743	
Deneyimleme Arzusu(4)					0.654	
Deneyimleme Arzusu (2)					0.629	
Neofobik Tutum (1)						0.885
Neofobik Tutum (2)						0.858
Öz değerler	5.609	3.810	2.111	1.440	1.197	1.123
Açıkladığı Varyans (%)	23.370	15.875	8.796	5.999	4.987	4.681
Açıklanan Toplam Varyans	63.709					
KMO Ölçüm Yeterliliği	0,816					
Bartlett Küresellik Test Değeri	Approx. Chi-Square 3971.766					
Sig.	0.0001					

Kestirim Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi **Döndürme Yöntemi:** Dik Döndürme Yöntemi

AFA'nın çıktıklarına ilişkin veriler sunan Tablo 1'de ilk bakışta incelenmesi gereken en temel ölçütler; Bartlett Küresellik Testi'nin istatistiki olarak anlamlılığı ve Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) katsayısının düzeyidir. Araştırma ölçeğine uygulanan AFA çıktısı incelendiğinde, Bartlett testine ait p değerinin 0,001 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüş ve böylece ilgili korelasyon matrisini istatistiki açıdan anlamlılığı onaylanmıştır. Ayrıca Bartlett testinin bir diğer işlevi de araştırma verilerinin çok değişkenli normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığına ilişkin bilgi vermesidir (Demir, Saatçioğlu ve İmrol, 2016, s. 41). Buradan hareketle, araştırma verilerinin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği Bartlett testi sonuçlarıyla da doğrulanmıştır. Diğer taraftan araştırma ölçeğinin KMO katsayısının 0,816 olması ilgili ölçeğin ve bu ölçeğin temsil ettiği yapının bir bütün halinde AFA için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

AFA'nın devamında, araştırma modeli kapsamında çeşitli analizlere tabi tutulacak ideal faktör sayısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre öz değeri 1 ve üzerinde değişkenler araştırma modelinin değişkenleri olarak kabul edilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde, toplam 6 değişkenin öz değerlerinin 1'in üzerinde olduğu tespit edilmiş ve dolayısıyla katılımcıların vegan ve vejetaryen besinlere yönelik genel tutumlarını ifade eden ilgili yapıya ilişkin analizler söz konusu 6 değişken aracılığıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma ölçeğindeki ifadelerin ait oldukları değişkenlere 0,489 ve 0,885 arasında değişen düzeylerde faktör yükü verdiği görülmüş olup, bu değerlerin 0,300'den büyük olması da (Büyüköztürk, 2014, s. 474) yeterli düzeyde faktör yükü katsayısına işaret etmektedir. Dolayısıyla yetersiz faktör yükü gereksesiyle faktör yapısını bozan ve analiz kapsamı dışında tutulması gereken bir ifadeye rastlanmamıştır.

AFA'da bir sonraki adım ise söz konusu 6 değişkenin adlandırılması sürecidir. Ölçek yapısına yönelik açıkladığı varyans oranları dikkate alındığında, tek başına varyansın %23,370'ini açıklayan ve bu anlamda katılımcıların vegan ve vejetaryen beslenmeye karşı tutumlarında en belirleyici rolü oynadığı düşünülen ve ilk sırada yer alan 'Erişilebilirliğin Zorluğu' faktörüne ait ölçek ifadeleri 'vegan/vejetaryan yemekleri elde etmenin pahalı, beceri gerektiren, gerekli malzemeyi bulmanın ve hazırlamanın zor olduğu, maliyetli olması ve karlı olmaması' unsurlarıdır.

Katılımcıların vegan ve vejetaryen beslenmeye karşı tutumlarında etkili olan ikinci dereceden önemli olan faktör ise 'Rekabet Üstünlüğü' faktörüdür. Katılımcıların vegan ve vejetaryen beslenmeye ilişkin Rekabet Üstünlüğü faktörüyle ilgili önem verdikleri unsurlar sırasıyla 'restoranların rekabet üstünlüğü elde edeceği, daha fazla müşteri çekeceği, karlılığın artacağı ve işletme imajını olumlu yönde etkileyeceği' unsurlarıdır. Üçüncü dereceden önemli olan faktör ise 'Personel Eğitiminin Zorluğu' faktörüdür. Katılımcılar vegan ve vejetaryen beslenme ile ilgili 'bilgilenmenin zor olduğu, eğitimin gerekli olduğu ancak eğitimin zor olduğu' görüşündedir. Katılımcıların dördüncü dereceden önem verdiği 'Yapısal Sorunlar' faktörüne ilişkin tutumları 'vegan/vejetaryen yiyecekleri depolamanın zorluğu, tedarikçilere güvenin güçlüğü, fazladan servis ve mutfak çalışanına ihtiyaç olduğu' yönündedir. Katılımcıların beşinci dereceden önem verdikleri 'Deneyimleme Arzusu' ile ilgili önem verdikleri unsurlar 'vegan/vejetaryen yemeklerin besin değerinin yüksek olması, menüye yaratıcılık ve çekicilik katması, cezbedici ve yüksek duyuşal öğeler içermesiyken katılımcıların tutumlarını etkileyen son faktör olan 'Neofobik Tutum' faktörüyle ilgili önem verdikleri unsurlar 'vegan/vejetaryen yemeklerin sıkıcı ve sönük olması' unsurlarıdır.

Tablo 2. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

ARAŞTIRMA ÖLÇEĞİNE AİT DEĞİŞKENLER	İfade Sayısı	\bar{x}	Standart Sapma	Alpha Katsayısı
Erişilebilirliğin Zorluğu	7	3,082	1,217	0,825
Rekabet Üstünlüğü	4	3,922	1,064	0,776
Personel Eğitiminin Zorluğu	3	2,902	1,259	0,856
Yapısal Sorunlar	4	2,623	1,190	0,793
Deneyimleme Arzusu	4	3,584	1,035	0,745
Neofobik Tutum	2	2,307	1,030	0,836
TOPLAM	24			0,845

Faktör analizi sonucu elde edilen faktörlerle ilgili içsel tutarlılığının bir göstergesi olarak Cronbach's Alpha katsayıları incelenmiş ve ölçek değişkenlerinin Alfa katsayılarının 0,745 ve 0,856 aralığında olduğu görülmüştür (Tablo 2). Alanyazında 0,700 ve üzeri değerler alan bir ölçme aracının güvenilir olduğuna dair bir genel kabul söz konusudur (Karakoç ve Dönmez, 2014, s. 46). Dolayısıyla bu araştırma özelinde kullanılacak her bir değişkenin Alfa katsayılarının 0,700'lük referans değerinin üstünde yer alması onların ölçümlerinin güvenilir olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte ölçeğin bir bütün olarak genel güvenirlilik katsayısının 0,845 olması da ölçeğin içsel tutarlılık düzeyinin oldukça yüksek olduğuna dair güçlü ipuçları vermektedir.

Çalışma verilerinin normal dağılım göstermesi, T-Testi, ANOVA vb. gibi parametrik nitelik taşıyan analizler aracılığıyla araştırma modelini sınamayı arzulayan araştırmacıların dikkate alması gereken bir ön koşul ve varsayımdır. Bu varsayımın karşılanıp karşılanmadığını sınamak için ise araştırma modeli kapsamındaki değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Faktör analizi sonucu elde edilen değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri referans aralığı olan -3,000 ile +3,000 (Ross ve Willson, 2017, s. 13) arasında konumlandığı belirlenmiştir. Buna göre araştırma verilerinin normal dağılım varsayımını yerine getirdiği gerekçe gösterilerek, araştırma verilerinin analizinde uygulanacak olan istatistiksel hipotez testlerinin parametrik testler olmasına karar kılınmıştır. Bu araştırmada H_1 hipotezi bağımsız örneklem t-testi; H_2 , H_3 , H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri ANOVA; H_7 hipotezi ise Ki-Kare analizi kullanılarak test edilmiştir.

Araştırmanın H_1 hipotezi, kadın ve erkek yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olup, ilgili hipotezin bağımsız örneklem t-testi çıktıları da Tablo 2' de gösterildiği gibidir.

Tablo 3. Cinsiyet Grupları Açısından Bağımsız Örneklem t-Testi Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	CİNSİYET	N	\bar{x}	STANDART SAPMA	T DEĞERİ	SERBESTLİK DERECESESİ	P
ERİŞİLEBİLİRLİĞİN ZORLUĞU	Kadın	166	3,063	0,783	0,358	387	0,722
	Erkek	223	3,094	0,898			
REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ	Kadın	166	3,897	0,767	0,508	387	0,612
	Erkek	223	3,940	0,866			
PERSONEL EĞİTİMİNİN ZORLUĞU	Kadın	166	2,745	1,053	2,427	387	0,016*
	Erkek	223	3,019	1,138			
YAPISAL SORUNLAR	Kadın	166	2,569	0,820	0,984	387	0,325
	Erkek	223	2,663	1,012			
DENEYİMLEME ARZUSU	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271
	Erkek	223	3,634	0,829			
NEOFOBİK TUTUM	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**
	Erkek	223	2,569	1,210			

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 3'te görüldüğü gibi anket katılımcı personel eğitiminin zorluğu [t (387)=2,427; p<0,050] ve neofobik tutum [t (386,328)= 5,640; p<0,010] değişkenlerine yönelik tutumları, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Grupların ortalama değerlerinde gerçekleşen bu farklılık her iki değişken açısından da erkek katılımcıların pozitif yönde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre erkekler, gerek vejetaryen/vegan olgusuna dair yiyecek/içecek sektörü personelini eğitebilmeye gerekse vejetaryen/vegan anlayışı benimsemeye noktasında kadın katılımcılara göre pozitif yönde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bununla birlikte erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar ve deneyimleme arzusu değişkenlerine yönelik tutum puanı ortalamaları, araştırma katılımcılarının cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dolayısıyla H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. Yaş Grupları Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	1,355	4	0,339	0,471	0,757	
	Gruplar içi	274,977	382	0,72			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	1,196	4	0,299	0,437	0,782	
	Gruplar içi	261,262	382	0,684			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	17,514	4	4,378	3,658	0,006**	41-50 yaş ve 21-30 yaş
	Gruplar içi	457,26	382	1,197			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	5,862	4	1,465	1,687	0,152	
	Gruplar içi	331,935	382	0,869			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	0,278	4	0,07	0,115	0,977	
	Gruplar içi	232,222	382	0,608			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	6,877	4	1,719	1,323	0,261	
	Gruplar içi	496,228	382	1,299			

p<0.050 düzeyinde anlamlıdır. ***p*<0.010 düzeyinde anlamlıdır.

Farklı yaş grubundaki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olan H₂ hipotezine yönelik ANOVA çıktılarına göre katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının personel eğitiminin zorluğu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [F (4, 382) = 3,658; p<0.010]. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğuna dair bulgulara ise Scheffe tekniği ile ulaşılmış olup, aralarında farkın gözlemlendiği yaş grupları 41-50 yaş arası katılımcılar (\bar{x} =3,770) ve 21-30 yaş arası katılımcılardır (\bar{x} =2,844). Buna göre orta yaşlı sektör çalışanları görece daha genç çalışanlara göre vejetaryen/vegan beslenme odağında personele verilecek olan eğitimi daha zorlayıcı ve yıpratıcı bulmaktadırlar. Grup ortalamaları arasında anlamlı farkın gözlemlendiği personelin eğitiminin zorluğu değişkeni için varyansların homojen dağıldığı varsayımının yerine getirildiğini belirtmekte analiz çıktılarının güvenilirliğini arttırmak adına faydalı olacaktır (p=0,902; p>0,050). Bu bulguya ek olarak, H₂ hipotezinin ANOVA modeli içindeki diğer değişkenler olan; erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum gibi değişkenlere yönelik tutum puanı ortalamaları, araştırma katılımcılarının yaşları açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Bu bilgilerin ışığında, H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 5. Öğrenim Durumu Grupları Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	5,826	4	1,457	2,038	0,088	
	Gruplar içi	273,724	383	0,715			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	1,676	4	0,419	0,613	0,654	
	Gruplar içi	261,949	383	0,684			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	22,056	4	5,514	4,633	0,001**	Ortaöğrenim ve lisans
	Gruplar içi	455,823	383	1,19			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	5,591	4	1,398	1,604	0,173	
	Gruplar içi	333,719	383	0,871			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	1,792	4	0,448	0,732	0,57	
	Gruplar içi	234,381	383	0,612			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	9,255	4	2,314	1,792	0,13	
	Gruplar içi	494,412	383	1,291			

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Araştırmanın H_3 hipotezi, farklı öğrenim durumuna sahip yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olup, ilgili hipotezin ANOVA çıktıları da Tablo 5'te gösterildiği gibidir. Tablo 5'te göre eğitim/öğretim hayatının farklı düzeylerde yer alan katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının personel eğitiminin zorluğu değişkeni açısından pozitif yönde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 387) = 3,633$; $p < 0.010$]. Bu anlamlı farklılık ise ortaöğretim mezunu katılımcılar ($\bar{x} = 3,301$) ve lisans eğitimi almış katılımcılar ($\bar{x} = 2,675$) arasında gerçekleşmiştir. Bir başka deyişle, örgün eğitim/öğretim hayatını erken tamamlamış olan ortaöğretim mezunu katılımcılar görece eğitim/öğretimin daha yüksek basamaklarda tamamlamış katılımcılara göre vejetaryen/vegan beslenme ekseninde verilecek olan olası personel eğitimlerine daha soğuk ve mesafeli yaklaşmaktadırlar. Yapılan Scheffe testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı da gözlemlenmiştir ($p = 0,710$; $p > 0,050$). H_3 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde katılımcıların öğrenim durumu grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H_3 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının meslekte çalıştıkları süreye göre vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır olarak ifade edilmiş H_4 hipotezinin çıktıları Tablo 5'te sunulmuştur. Katılımcıların yapısal sorunlar değişkeni özelindeki tutumları, onların meslekte çalıştıkları süreler göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F(4, 387) = 3,558$; $p < 0.010$]. Bu farklılık ise meslekte 2-4 yıl arası çalışmış personeller ($\bar{x} = 2,762$) ve 8-10 yıl arası iş görmüş personeller ($\bar{x} = 2,241$) arasında ortaya çıkmıştır. Buna göre vejetaryen/vegan ürün/hizmet sağlayan işletmelerde karşılaşılabilecek olası yapısal sorunlara karşı daha çok iş tecrübesi olan personellerin daha az tecrübeli personellere göre daha hazırlıklı olduğu tespitini yapmak mümkündür. Yapısal sorunlar değişkeni özelinde, meslekte 2-4 yıl arası çalışmış personel grubu ve meslekte 8-10 yıl arası çalışmış personel grubu ölçek puanlarından edinilen varyans miktarının, 2-4 yıl arası çalışmış personel grubu için 0,816 olduğu, 8-10 yıl arası çalışmış personel grubu için ise 0,584 olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bir grubun varyans miktarının diğer grubun varyans miktarından 4 kat fazla olmadığı koşulu sağlanmıştır. Ayrıca 2-4 yıl arası çalışmış personel gözlem sayısı (104) ile 8-10 yıl arası çalışmış personel (62) gözlem sayısının birbirlerine yakın denilebilecek

seviyelerde olması da yapısal sorunlar değişkeni için varyansların homojen dağılımı varsayımının karşılandığına işaret ettiği için varyansların homojenliği varsayımı yerine getirilmiş kabul edilmiştir.

Tablo 6. Meslekte Çalışılan Sürelerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	3,451	4	0,863	1,195	0,312	
	Gruplar içi	277,229	384	0,722			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	1,715	4	0,429	0,628	0,643	
	Gruplar içi	262,245	384	0,683			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	2,878	4	0,72	0,581	0,676	
	Gruplar içi	475,187	384	1,237			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	12,13	4	3,032	3,558	0,007**	2-4 yıl ve 8-10 yıl çalışanlar
	Gruplar içi	327,322	384	0,852			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	3,6	4	0,9	1,485	0,206	
	Gruplar içi	232,684	384	0,606			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	6,992	4	1,748	1,344	0,253	
	Gruplar içi	499,547	384	1,301			

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

H₄ hipotezine yönelik diğer değişkenlerde katılımcıların meslekteki çalışma süresi grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₄ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Farklı alanlarda öğrenim görmüş yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir fark vardır hipotezinin sınanması sonucu edinilen bulgular Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre meslekte 2-4 yıl ile 8-10 yıl arası çalışanlar diğerlerine göre vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili daha fazla yapısal sorun olduğunu düşünmektedir.

Katılımcıların yapısal sorunlar değişkeni özelindeki tutumları, onların mesleklerine ilişkin farklı alanlarda almış oldukları eğitimlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F(4, 387) = 2,976$; $p < 0.050$]. Bu farklılığın kaynağını turizm meslek lisesinde eğitim görmüş personeller ($\bar{x} = 2,661$) ile mesleki eğitimini diğer uygulamalar (kurs, sertifika ve eğitim programları vb.) ile kazanmış personeller ($\bar{x} = 3,003$) oluşturmaktadır. Bu bulguların okumasını şu şekilde yapmakta mümkündür; yiyecek/içecek işletmelerinde vejetaryen/vegan merkezinde bir kimlik dönüşümünden kaynaklanan yapısal sorunların aşılması noktasında, mesleki eğitimini yaygın eğitim/öğretim kurumlarından alan personellerin, eğitimini turizm meslek lisesi gibi örgün eğitim/öğretim kurumlarından alan bireylere göre daha karamsar oldukları söylenebilir.

Tablo 7. Farklı Alanlardaki Öğrenimlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	2,613	4	0,653	0,902	0,463	
	Gruplar içi	278,066	384	0,724			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	3,497	4	0,874	1,289	0,274	
	Gruplar içi	260,463	384	0,678			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	10,35	4	2,588	2,124	0,077	
	Gruplar içi	467,715	384	1,218			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	10,206	4	2,552	2,976	0,019*	Turizm meslek lisesi ve diğer
	Gruplar içi	329,246	384	0,857			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	2,86	4	0,715	1,176	0,321	
	Gruplar içi	233,425	384	0,608			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	10,819	4	2,705	2,095	0,081	
	Gruplar içi	495,72	384	1,291			

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

İlgili değişkene Scheffe testi uygulandığında ise gruplar arası varyansların homojenliği varsayımının yerine getirildiği de gözlenmiştir ($p=0,770$; $p<0,050$). H_5 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde ise katılımcıların mesleki eğitimlerini aldıkları alanı temsil eden grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H_5 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 8. İşyerindeki Görevlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	2.703	3	0.901	1.248	0.292	
	Gruplar içi	277.977	385	0.722			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	5.177	3	1.726	2.568	0.054	
	Gruplar içi	258.783	385	0.672			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	1.282	3	0.427	0.345	0.793	
	Gruplar içi	476.783	385	1.238			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	1.483	3	0.494	0.563	0.640	Servis ve diğer personel
	Gruplar içi	337.970	385	0.878			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	5.173	3	1.724	2.872	0.036*	
	Gruplar içi	231.112	385	0.600			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	4.187	3	1.396	1.070	0.362	
	Gruplar içi	502.352	385	1.305			

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Bağımsız Değişken: İşyerindeki görev

Farklı görevdeki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır

olarak ifade edilmiş H_6 hipotezine ait çıktılar Tablo 8'de işlenmiştir. Tablo 8'den edinilen çıktılarda ışığında, işyerindeki görevleri bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının deneyimleme arzusu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 387) = 2,872$; $p < 0,050$]. Bu anlamlı farklılık ise çalıştıkları işyerlerinde servis personeli olarak görev yapan katılımcılar ($\bar{x}=3,456$) ve mutfak dışında kalan farklı pozisyonlarda (kurye, muhasebeci, kasiyer vb.) görev alan katılımcılar ($\bar{x}=3,928$) arasında gerçekleşmiştir. Buna göre, çalıştıkları işyerlerinde -mutfak haricinde- farklı pozisyonlarda görev alan personellerin servis personellerine göre vejetaryen/vegan beslenmeyi ve besinleri deneyimlemeye daha açık fikirle yaklaştıkları görülmüştür. Yapılan Scheffe testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı da gözlemlenmiştir ($p=0,460$; $p > 0,050$). H_6 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde katılımcıların işyerindeki görevleri açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H_6 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 9. Araştırma Katılımcılarının Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği İfadelerine İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonuçları

Vejetaryen/Vegan Beslenme İle İlgili Görüş ve Tutumları Ölçen İfadeler							
ANLAMLIL İLİŞKİNİN GÖZLENDİĞİ İFADE		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		X ²	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir. (Doğru)	Servis Per.	34	68,6	24	41,4	8,411	0,004**
	Mutfak Per.	108	38	176	62		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Besin Öğeleriyle İlişkisi İle İlgili Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar. (Doğru)	Servis Per.	36	62,1	22	37,9	6,738	0,009**
	Mutfak Per.	222	78,2	62	21,8		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Hayat Kalitesi ve Kronik Hastalıklar ile İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/Vegan Beslenme Fiziksel Performansı Düşürür. (Yanlış)	Servis Per.	37	63,8	21	36,2	3,861	0,049*
	Mutfak Per.	141	49,6	143	50,4		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Ölüm Nedenleriyle İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. (Yanlış)	Servis Per.	38	65,5	20	34,5	12,200	0,001**
	Mutfak Per.	115	40,5	169	59,5		
Vejetaryen/Vegan Beslenen İnsanlarda Meme Kanserine Bağlı Ölümler Artar. (Yanlış)	Servis Per.	35	60,3	23	39,7	6,619	0,010**
	Mutfak Per.	119	41,9	165	58,1		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Üreme Sağlığı ve Hormonlarla İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/Vegan Beslenme Kadınlarda Adet Düzensizliklerine Yol Açır. (Yanlış)	Servis Per.	38	65,5	20	34,5	8,344	0,004**
	Mutfak Per.	127	44,7	157	55,3		

* $p < 0,050$ Düzeyinde Anlamlıdır. ** $p < 0,010$ Düzeyinde Anlamlıdır.

Katılımcıların işyerindeki görevleri ile vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili görüş, tutum ve bilgi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır hipotezini sınamak amacıyla uygulanan Ki-Kare bağımsızlık testinin çıktıkları Tablo 9'da gösterildiği gibidir. Toplam 31 ifadeden oluşan "Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği"nin her ifadesine ayrı ayrı uygulanan Ki-Kare bağımsızlık testi sonuçlarına göre 6 adet ifadede istatistiksel olarak anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₇ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

31 ifade içerisinde 11 adet ifade katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumları ölçen ifadelerle işaret etmekte olup, analiz sonucunda bu ifadelerden sadece "Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir" önermesi üzerinde değişkenler (işyerindeki görev ve bilgi durumu) arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=8,411$, $p<0.010$). Ayrıca, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan "doğru" bir bulgu olan bu önermeye ilişkin anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Toplam 7 ifade ile ölçülmeye çalışılan ve esasen araştırma katılımcılarının vejetaryen/vegan besinlerin besin öğeleri ile ilgili bilgi düzeyini ölçen ifadelerden sadece "Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar" ifadesi bağlamında değişkenler arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=6,738$, $p<0.010$). Bununla birlikte, servis personellerinin mutfak personellerine nispeten bilimsel açıdan "doğru" bir tespit olan bu ifade özelinde anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi üzerine bilgi düzeylerini ölçen 8 maddeden yalnızca "Vejetaryen/vegan beslenme fiziksel performansı düşürür" maddesinde değişkenler arası anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=3,861$, $p<0.049$). Dahası, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan "yanlış" bir yargı olan bu önerme konusunda anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Vejetaryen/vegan beslenme alışkanlığı ve ölüm nedenleri teması altındaki bilgi düzeylerini ölçen 3 önermeden 2 tanesi ("Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar" ve "Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda meme kanserine bağlı ölümler artar") üzerinde değişkenler arası anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=12,200$, $p<0.010$ ve $X^2=6,619$, $p<0.010$). Ek olarak, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan "yanlış" yargılar içeren her iki önermeye yönelik de anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Son olarak, vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeyini ölçen 2 ifadeden 1'i olan "Vejetaryen/vegan beslenme kadınlarda adet düzensizliklerine yol açar" ifadesi bağlamında değişkenler arası anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=8,344$, $p<0.049$). Ayrıca, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan "yanlış" bir bulgu olan bu ifade özelinde anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda vejetaryen/vegan ilkelere uygun beslenen birey sayısının, özellikle sanayileşmiş ülkeler içerisinde, önemli ölçüde artış göstermesi ile birlikte başta yiyecek/içecek sektörü olmak üzere birçok ilgili sektör kendisini vejetaryen/vegan olgusu ile uyumlaştırma sürecine girmiştir. Daha çarpıcı olan ise uyumlaştırmadan ziyade kendisini tam anlamıyla vejetaryen/vegan konseptli bir yapıya dönüştürme işletmelerin sayısının da gün geçtikçe artmaktadır. Vejetaryen/vegan pazarın giderek genişlemesi paralelinde değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap verilebilen işletmeler ise

karlılıklarını, verimliliklerini ve marka değerlerini arttırarak, rakip işletmeler karşısında rekabet üstünlüğü elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Teorik anlamda kulağa hoş gelen bu amaca ulaşıp ulaşılamayacağına birinci dereceden sorumluluk sahibi olanlar ise şüphesiz yiyecek/içecek sektörü personelleridir. İlgili sektörün personelleri çalıştıkları işletmenin vejetaryen/vegan ilkeler üzerine oturtulmuş pazarlama plan ve programını ne ölçüde yansıttıkları, personellerin vejetaryen/vegan olgusunu ne ölçüde içselleştirip benimzedikleriyle yakından ilişkilidir. Bu amaç doğrultusunda atılan ilk adım, yiyecek/içecek sektörü personelinin vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili tutumlarını şekillendiren etmenleri yani değişkenleri tespit etmektir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda ise personel tutumlarının 6 boyutta meydana geldiği gözlemlenmiştir. Faktör analizinin açıkladığı varyans oranları dikkate alındığında, personellerin vejetaryen/vegan beslenme olgusuna yönelik tutumları üzerinde en belirleyici rolü oynayan değişkenler sırasıyla; erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, personel eğitiminin zorluğu, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum şeklindedir.

Bir sonraki adımda araştırma katılımcısı personellerin tutumları ifade eden söz konusu değişkenlere ilişkin ortalamalarının, onların bazı demografik özellikleri bakımından karşılaştırılması yapılmıştır. Üzerinde gruplar arası anlamlı farklılığın en çok olduğu değişken ise personel eğitiminin zorluğu olmuştur. Cinsiyetleri açısından kadın personeller erkek personellere göre, yaşları açısından görece genç personel daha yaşlı personellere göre, eğitim durumları açısından ise daha uzun süre örgün eğitim almış personeller daha sınırlı eğitim almış personellere göre vejetaryen/vegan ilkeler temelinde personel eğitimi almaya daha sıcak bakmaktadırlar.

Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, Bryant (2019)'ın ağırlıklı olarak et ve et ürünleri tüketen 1000 bireylerin vejetaryen/vegan beslenme konusundaki düşüncelerini sorguladığı araştırmada kadın bireyler erkek bireylere göre bu türden bir beslenme alışkanlığını kendileri için daha uygun, eğlenceli, lezzetli ve besleyici bulmuşlardır. Dolayısıyla vejetaryen/vegan olgusunu benimseme noktasında erkek bireylere nispeten daha olumlu düşünen kadın bireyler, iş bu konu üzerine bir eğitim almaya geldiğinde de aynı tutumlarını yansıtmaktadırlar.

Yaşları açısından değerlendirildiğinde, her ne kadar alan yazındaki araştırmalar, kariyerinin ve yaşamının daha ileri aşamasındaki personellerin üretkenliğe genç personellerden daha fazla değer verdiği gösterilmiş olsa da (Lang ve Carstensen, 2002), bu durum personel eğitimi noktasında aynı şekilde ortaya çıkmamaktadır. Yaşlı personeller eğitim alsalar bile eğitim performansları görece kendilerinde daha genç meslektaşlarına nazaran daha zayıftır (Colquitt, Le Pine ve Noe, 2000). Konuya ilişkin alan yazındaki tutarlı bulgular, bu araştırmanın sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Nitekim 41-50 yaş arası araştırma katılımcılarının (görece yaşlı) 21-30 yaş arası katılımcılara (görece genç) göre vejetaryen/vegan beslenme odağında personele verilecek olan eğitimi daha zorlayıcı ve yıpratıcı bulmaktadırlar.

Eğitim durumları açısından değerlendirildiğinde ise örgün eğitim/öğretim hayatını lisans derecesiyle bitirmiş katılımcıların orta öğretimden mezun katılımcılara göre meslekleri ile ilgili yeni bilgiler edilmek adına formal ya da informal personel eğitimi almaya daha isteklidirler.

Demografik özellikleri bakımından gruplar arası anlamlı farklılığın en çok olduğu 2. değişken ise yapısal sorunlar değişkeni olmuştur. Bu değişkenin iştret ettiği sorunlar ise işletmelerin örgüt yapısı (örgüt büyüklüğü, örgütsel güven) ve fiziki yapısı (vejetaryen/vegan ürünlerin raf ömrünü uzatmak için gerekli olan ürün saklama üniteleri, soğuk hava deposu vb.) ile ilgilidir. Meslekte çalışılan süre açısından yani kıdem bazında incelendiğinde, geleneksel yapıdan vejetaryen/vegan konseptli bir işletmeye dönüşümün yaratacağı yapısal sorunlar karşısında 8-10 yıl arası çalışan personel 2-4 yıl

arası çalışan personele göre daha hazırlıklı bir görüntü çizmektedir. Bu sonucun gerekçelendirilmesi ise özellikle yapısal sorunlar değişkeninin işaret ettiği örgüt büyüklüğü kavramı ışığında yapılabilmektedir. Buna göre vejetaryen/vegan ürünlerin hazırlık aşaması için yeni mutfak personelleri, müşteri/tüketiciye servis aşamaları için ise yeni servis personellerinin istihdam edilmesi gerekliliği inancı işletmenin çalışan sayısında artışa gitmesine neden olarak işletmenin örgüt boyunda karmaşıklığını arttıracaktır. Alanyazında örgüt büyüklüğünde yaşanan artışın örgütsel davranışı da genel olarak olumludan çok olumsuz etkileyeceği bilinmektedir (Keçecioglu, 2008). Böylesi bir durumda ise daha az kıdemli bir personelin işletmedeki değişimlere tepkisi ve adaptasyon sürecinin daha kıdemli ve tecrübeli bir personele görece daha yavaş gelişmesi de kaçınılmazdır.

Yapısal sorunlar değişkeni özelinde gruplar arası farklılığın gözlemlendiği bir diğer kategorik değişken ise personellerin mesleklerine ilişkin eğitim aldıkları alanda gözlemlenmiştir. Bu bulguya göre yiyecek/içecek işletmelerinde vejetaryen/vegan merkezinde bir kimlik dönüşümünden kaynaklanan yapısal sorunların aşılması noktasında, mesleki eğitimi yaygın eğitim/öğretim kurumlarından alan personellerin, eğitimi turizm meslek lisesi gibi örgün eğitim/öğretim kurumlarından alan bireylere göre daha karamsar oldukları söylenebilir.

Kadın ve erkek personellerin neofobik tutum değişkenine dair farklı düzeyde geliştirdikleri tutumların incelenmesi ile kadın personellerin erkek personellere göre vejetaryen/vegan anlayışı ve besinleri deneme isteğinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu sonuç alan yazındaki bazı çalışmalarla örtüşmekteyken (Tuorila, Lähteenmäki, Pohjalainen ve Lotti, 2001) bazıları ile taban tabana zıt sonuçlar vermiştir (Choe ve Cho, 2011).

Gruplar arası anlamlı farklılığa rastlanan son değişken ise deneyimleme arzusu değişkeni olup, buna göre çalıştıkları işyerlerinde -mutfak haricinde- farklı pozisyonlarda görev alan personellerin servis personellerine göre vejetaryen/vegan beslenmeyi ve besinleri deneyimlemeye daha açık fikirle yaklaştıkları görülmüştür.

Araştırmanın açılımlı analizler sonucu elde edilen bulgularından (tutum değişkenlerinin ortalama değerleri referans olarak alındığında) yola çıkarak birtakım tespitlerde bulunmak mümkündür. Buna göre Türkiye’de hizmet veren yiyecek/içecek sektörü personelinin çalıştıkları işletme için vejetaryen/vegan ürünlerin önemli bir katma değer kaynağı olduğunun farkında görünmektedirler. Genel anlamda personeller vejetaryen/vegan besinleri yüksek pazarlama değerine sahip ve işletmenin rekabet gücünü olumlu anlamda etkileyecek bir enstrüman olarak tanımlamışlardır. Dahası bu tip besinlerin hazırlanmasının zor olduğu, heyecan verici olmadığı, besin değerleri açısından yetersiz olduğu gibi yaygın olarak kabul edilmiş olumsuz görüşlere de katılmamaktadırlar. Ayrıca personellerin vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi konusundaki bilgi düzeyleri ile vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerinin yeterli boyutlarda olduğu gözlemlenmiştir. Bu duruma istisna teşkil eden örneklerle ise vejetaryen/vegan beslenmenin besin öğeleriyle ilişkisi ile ilgili bilgi düzeyini ölçen ifadeler ile bu beslenmeye dair görüşleri içeren ifadelerin bazılarında rastlanmıştır (örneğin vejetaryen/vegan beslenenlerde sıklıkla görülen demir ve çinko eksikliği, araştırma katılımcısı personeller tarafından böyle bir eksiklik söz konusu değildir şeklinde yorumlanmıştır). Bu bulgular, genel anlamda Türkiye’deki yiyecek/içecek sektörünün, dar anlamda ise bu sektörün personellerinin vejetaryen/vegan olgusuna yönelik tutumlarının ve bilgi düzeylerinin olumlu anlamda çıktılar ürettiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla orta ve uzun vadede vejetaryen/vegan olgusunu kimliklerinin bir parçası yapmak isteyen yiyecek/içecek işletmelerinin bu konseptle geçiş süreci yumuşak bir geçiş ile sağlanacak gibi görünmektedir. Araştırma sonuçlarına göre söz konusu

işletme personellerinin vejetaryen/vegan kavramına yönelik temel okur-yazarlık düzeylerinin kısmen ideal seviyelerde olması ise bu geçişin yumuşak ve az hasarlı olmasındaki en önemli belirleyici olacaktır.

Araştırma bulgularının ışığında konu ile ilgili kısıtlı alanyazına katkıda bulunmayı arzu eden araştırmacılar ve vejetaryen/vegan olgusunun yarattığı katma değeri daha verimli kullanmak isteyen yiyecek/içecek işletmeleri için fayda taşıdığına inanılan bazı önerilerde geliştirilmiştir:

- Bu araştırma kapsamında kullanılan araştırma modelleri nedensel karşılaştırma ve keşfedici ilişkisel araştırma modelleridir. Bu modellerden ilki ölçümü yapılan değişkenlere ilişkin kategorik değişken grupları ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyarken, ikinci model ise incelenen değişkenlerin birlikte değişimini açıklamaya çalışmaktadır. Bu noktada vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik tutumlar içerisinde işletme personellerini değil de doğrudan müşterileri/tüketicileri odağına olan erişilebilirliğin zorluğu, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum gibi değişkenler farklı bir araştırma modeli yardımıyla farklı bir örneklem üzerine uygulanabilir.

- Vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik birey tutumlarının yoğunluğunu sadece yiyecek/içecek işletmeleri personelleri üzerinde ölçmek demek, konuya sadece yiyecek/içecek işletmelerinin perspektifinden yaklaşmak anlamı taşımaktadır. Dolayısıyla pazarlama ekosistemi içerisinde yer alan birçok farklı aktörün (müşteriler, tüketiciler, tedarikçi işletmeler vb.) vejetaryen/vegan beslenmeye dair yönelimleri ihmal edilmiştir. Bu bağlamda farklı örneklemelerden toplanan verilerin yardımıyla vejetaryen/vegan olgusu ile ilgili tutumların nasıl bir seyir göstereceği incelenebilir. Bir sektörün aktörlerinden ziyade geleneksel anlamdaki beslenme alışkanlığını sadık bir şekilde sürdürmüş bireylerin vejetaryen/vegan olgusuna dair tutumları üzerine incelemelerde de bulunulabilir.

- Araştırma çıktılarından hareketle yiyecek/içecek işletmeleri için verilebilecek en radikal öneri, işletmelerin menülerindeki vejetaryen/vegan besin sayılarında optimal bir artışa gitmeleri yönünde olacaktır. İşletmeler ilk aşamada en erişilebilir, bilindik ve maliyet açısından görece düşük vejetaryen/vegan besinleri menülerine dâhil ederek pazardaki varlıklarını hissettirebilirler. Sonraki aşamada ise talebin artması ve karlılığın yükselmesi ile birlikte daha incelikli ve spesifik vejetaryen/vegan ürünlerin menüye eklenmesi süreci gerçekleştirilebilir. Burada dikkatle üstünde durulması gereken nokta; menüler sadece vejetaryen/vegan ürünlerin varlığını ya da yokluğunu belirtmemelidir aynı zamanda tanımlayıcı nitelikte hazırlanarak vejetaryen/vegan ürünlerin içerikleri hakkında da bilgi vermelidirler. Böylelikle müşteriler/tüketiciler siparişini verdiği vejetaryen/vegan ürün içerisinde hayvansal gıdalara özgü bileşenlerin olup olmadığından tam anlamıyla emin olabilirler. Dahası böyle bir tanıtıcı menüye yiyecek/içecek işletmesi tarafından eklenecek "vejetaryen/vegan ürünlerimizde herhangi bir kontaminasyon (vejetaryen/vegan ürünlerin hazırlandığı ızgara, tava ya da tezgâhta diğer farklı ürünlerinde hazırlanmış olabileceğine dair kuşku) bulunmamaktadır" ibaresi de müşteri/tüketici şüphelerini gidermeye yardımcı olacaktır. Yiyecek/içecek işletmelerinin dikkat kesilmesi gereken bir diğer nokta ise personelleri ile vejetaryen/vegan müşterileri/tüketicileri arasındaki etkileşim süreci ile ilgilidir. Buna göre işletme personellerinin ilk olarak vejetaryen/vegan yaşam tarzını benimsemiş insanlara karşı saygısızca bir tutum sergilememesi ve onları toplumun geleneksel değerleri ile bağdaşmayan marjinal bir kitle olarak değerlendirmemesi gerekmektedir. Sonrasında ise bu yaşam tarzına dair farkındalık düzeylerini işletme içinde verilecek kurum içi eğitimlerle ya da çeşitli yaygın eğitim araçlarını kullanarak arttırmalıdır.

Böylelikle vejetaryen/vegan müşterilerin/tüketicilerin kendileri ile ilgilenen personelin bilgisizliği ve sorumsuzluğu ile ilgili şikâyetler kabul edilebilir düzeylere çekilecektir.

- Yiyecek – İçecek eğitimi ile ilgili dersleri içeren tüm kurumların müfredatına vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili derslerin eklenmesi ve bu sayede sahada görev almaya aday personellerin konuyla alakalı iş bilirlik seviyesinin yükseltilmesi sağlanarak gelecekte sayılarının daha da artacağı öngörülen vejetaryen/vegan beslenmenin bilgi düzeyinin fark yaratacak oranda artırılması sağlanabilir.

- Yiyecek – İçecek Eğitim kurumlarıyla endüstrisi arasındaki ilişkinin daha nitelikli olabilmesi için sektör temsilcilerinin eğitimlere aktif bir şekilde dahil edilmesi ve bu sayede işletmelerde rol almaya aday olan öğrencilerin iş sahasında ne ile karşılaşacağına dair bilinçlenmesi sağlanabilir.

- Yiyecek – İçecek eğitim kurumlarında görevli akademik personelin sektördeki gelişmeleri yakından takip edebilmesi için belli dönemsel aralıklarla sektörde aktif rol alması ve bu sayede eğitim kalitesinin sürdürülebilir düzeyde artırılması sağlanabilir.

- Vejetaryen/Vegan yiyecekler menülerinde yer vermeyi düşünen işletmelerin kurguladıkları menü taslağına uygun olabilecek şekilde birbirleri ile işiği olan ürünler seçmesi ve bu sayede ekstra bir ürün girdisi oluşmadan mevcut malzemelerle ek bir satış kalemi oluşturarak hem zayı oranının düşürülmesi hem de karlılığın artırılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

BALCI, T. N. (2018). Türkiye'de yaşayan vegan ve vejetaryen bireylere özgü besin tüketim sıklığı anketi geliştirilmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

BEŞİRLİ, H. V. & KİMLİK K. (2010). Yemek. *Millî Folklor Dergisi*, 22(87), 159-169.

BRYANT, C. J. (2019). We can't keep meeting like this: Attitudes towards vegetarian and vegan diets in the United Kingdom. *Sustainability*, 11(23), 1-17.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2014). *Deneyisel desenler: Öntest-sontest, kontrol grubu, desen ve veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

CHOE, J. Y. & CHO, M. S. (2011). Food neophobia and willingness to try non-traditional foods for Koreans. *Food Quality and Preference*, 22(7), 671-677.

COLQUITT, J. A., LEPİNE, J. A. & NOE, R. A. (2000). Toward an integrative theory of training motivation: A meta-analytic path analysis of 20 years of research. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 678-707.

ÇOBAN, A., HAMAMCI, C. & KELEŞ, R. (2012). Çevre Politikası, Ankara: İmge Kitabevi.

DEGRAZIA, D. (2002). *Animal rights: A very short introduction*. England: OUP Oxford.

DEMİR, E., SAATÇIOĞLU, Ö. & İMRÖL, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.

DEMİRACI, N. G. (2012). *Son Bakışta hüznün: Merhamet etiği olarak levinas ve hayvan hakları, Yeşil ve Siyaset, Siyasal Ekoloji Üzerine Yazılar*, Ed.: İmga, O. ve Olgun, H., Lotus Yayınevi, Ankara, s. 386-403.

DYETT, P., RAJARAM, S., HADDAD, E. H., & SABATE, J. (2014). Evaluation of a validated food frequency questionnaire for self-defined vegans in the United States. *Nutrients*, 6(7), 2523-2539.

- GREENEBAUM, J. (2012). Veganism, identity, and the quest for authenticity. *Food, Culture and Society*, 15(1), 129-144.
- KALUZA, J., LOZYNSKA, K., RUDZIŃSKA, J., GRANDA, D., ŚCİŃSKA, E. & SZMİDT, K. M. (2023). Mediterranean-Style Diet and Other Determinants of Well-Being in Omnivorous, Vegetarian, and Vegan Women, *Nutrients*, 15(3), 725-732.
- KANFER, R. & ACKERMAN, P. L. (2004). Aging, adult development, and work motivation. *Academy of Management Review*, 29(3), 440-458.
- KARABUDAK, E. (2012). *Vejetaryen beslenmesi*. Ankara: Klasmat.
- KEÇEÇİOĞLU, T. (2008). Örgüt büyüklüğünün örgüt yapısına olan etkileri üzerine çok boyutlu yaklaşımlar. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 179-207.
- KEY T. J, APPLEBY P. N. & ROSELL M. S. (2006). Health effects of vegetarian and vegan diets. *Proc Nutr Soc*. 65(1), 35-41
- KUZ, O. F. (2018). *Aile hekimlerinin vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili bilgi, tutum ve davranışları* (Yayımlanmamış uzmanlık tezi). T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- KWİATKOWSKA, I., OLSZAK, J. FORMANOWÍCZ, P. & FORMANOWÍCZ, D. (2022). Nutritional Status and Habits among People on Vegan, Lacto/Ovo-Vegetarian, Pescatarian and Traditional Diets, *Nutrients*, 14,4591.
- LANG, F. R. & CARSTENSEN, L. L. (2002). Time counts: Future time perspective, goals, and social relationships. *Psychology and Aging*, 17(1), 125-139.
- LAP T. L. & JOAN S. (2014). Beyond meatless, the health effects of vegan diets: Findings from the adventist cohorts, *Nutrients*, 6, 2131-2147.
- LEITZMANN C. (2014). Vegetarian nutrition: Past, present, Future. *Am J Clin Nutr*, 100(1), 496-502.
- MANGELS A. R. (2014). Bone nutrients for vegetarians. *Am J Clin Nutr*. 100(1), 469-475.
- MELINA, V., CRAIG, W. & LEVIN, S. (2016). Position of the academy of nutrition and dietetics: vegetarian diets. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(12), 1970-1980.
- RIVERA, M. & SHANI, A. (2013). Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.
- ROSS, A. & WILLSON, V. L. (2017). *Basic and advanced statistical tests: Writing results sections and creating tables and figures*. Rotterdam: Sense.
- SABATÉ, J. & SORET, S. (2014). Sustainability of plant-based diets: back to the future, *Am J Clin Nutr* 100, 476-482.
- SHANI, A. (2010), Vegetarianism. A. Pizam (Ed.), *International Encyclopedia of Hospitality Management* (s. 674-676) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- SEZGİN, A. ve AYYILDIZ, S. (2018). Gastronomi alanında vejetaryen/vegan yaklaşımı; Giresun yöre mutfağının vejetaryen mutfak kapsamında incelenmesi. Uluslararası Türk-Rus Dünyası Akademik Araştırmaları Kongresi (pp.503-533). Ankara, Turkey.
- SINGER, P. (2005). *Hayvan Özgürleşmesi*, (Çev.: Doğan, H.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SNEIJDER, P. & MOLDER, H. T. (2009). Normalizing ideological food choice and eating practices. Identity work in online discussions on veganism. *Appetite*, 52(3), 621-630.
- THE VEGAN SOCIETY. (2020). Vegan tanımı. Erişim, Adresi: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>.

TURAL, K. S. (2018). Veganlar ne ister? Veganların seyahat deneyimlerinden hareketle seyahat acentaları ve turist rehberleri için bir yol haritası önerisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.

TUORILA, H., LÄHTEENMÄKI, L., POHJALAINEN, L. & LOTTI, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29-37.

YAZICIOĞLU, Y. & ERDOĞAN, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Summary

People prefer vegetarian or vegan diets for different reasons, usually health or animal rights. It is seen that the number of people who adopt vegetarian or vegan diet from past to present has increased. Vegetarian or vegan diets do not just meet a need arising from the desire of people to live a healthy and long life. Such people (especially vegans) either do not consume animal-based foods or partially consume animal-based foods due to health concerns, and they also avoid using animal-derived silk, wool, leather and cosmetics. Therefore, vegetarian or vegan people can be seen as individuals who feel responsible for non-human life and act extremely sensitive to the degradation of the natural environment. So that vegetarian or vegan diet symbolizes a character and stance. This phenomenon, which is widely accepted in the global sense, is now gathering support within Turkey. However, while it is observed that the perceptions towards the adoption and legitimacy of a vegetarian or vegan diet in Turkey are strengthened within the country, it does not go unnoticed that food and beverage businesses that provide products/services for individuals who adopt this lifestyle are relatively inadequate. As a matter of fact, the limited number of specialty food and beverage businesses that serve to meet the needs of vegetarian or vegan individuals and the insufficiency of vegetarian or vegan menus in businesses that strive to meet these needs confirm this determination. The main purpose of this research is to reveal whether the attitudes and knowledge levels of those working in the food and beverage sector in Turkey towards the vegetarian or vegan diet differ in terms of some demographic variables. This research includes kitchen staff, service personnel, restaurant manager, business owner, etc. working in the food and beverage industry in Turkey. The sample of the study consists of the kitchen and service personnel working in the food/beverage businesses within the borders of Istanbul, but since it is not possible to reach all the personnel working in the food and beverage businesses in Turkey, the sampling method was used in the study. According to the recorded data, the net number of food/beverage sector employees working in Istanbul could not be reached. Sample size should be 384 if the sample error is $d = \pm .05$ and the population is between 1 million and 100 million in the confidence interval of $p = .05$, $q = .05$. Sample Size Table was used.

Based on the information obtained from the general attitudes of the stakeholders towards the vegetarian or vegan phenomenon, it is important to predict what kind of behavioral changes these attitudes may lead to in the future at the enterprise level. Questionnaire method was used as data collection technique. The questionnaire form consists of three parts. The first part is the part that contains information and data on various demographic characteristics of the participants. In the second part of the questionnaire, "Vegetarian Foods" scale was used which aims to examine the attitudes of individuals who work in restaurants (kitchen staff, service personnel) and decision makers (restaurant manager, restaurant owner), towards vegetarian and vegan foods. "General Attitudes Towards Children" scale. The last part of the questionnaire consists of the "Opinions, Attitudes and Knowledge Levels on Vegetarian/Vegan Nutrition" scale. While 24

statements of the scale, which consists of 31 statements in total, were obtained 7 statements that were thought to contribute to the research purpose were developed by the researchers.

The data obtained were analyzed with the help of independent sample t-test, ANOVA and Exploratory factor analysis (EFA). As a result of the study, six variables related to the food and beverage sector for Vegan and Vegetarian foods were obtained. These are respectively; Difficulty of Accessibility, Competitive Advantage, Difficulty of Staff Training, Structural Problems, Desire to Experience and Neophobic Attitude. The variables obtained as a result of the factor analysis differed according to the age, gender, educational status, place of study, duration of work and professional experience of the participants. The results of the research show that the basic knowledge level of the personnel working in the food and beverage businesses about vegetarian or vegan nutrition is partially sufficient. Finally, in the light of the research findings, some suggestions have been developed that are believed to be beneficial for researchers who want to contribute to the limited literature on the subject and food/beverage businesses who want to use the added value created by the vegetarian and vegan phenomenon more efficiently.

Yenilenebilir Enerji ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Kantil Regresyon ile Modellenmesi: ABD Örneği

Sevda KUŞKAYA*

Öz

Çalışmada, yenilenebilir enerji üretiminin ekonomik büyüme üzerindeki rolü, kantil regresyon (quantile regression) modeli ile araştırılmıştır. Çalışmanın örneklemini olarak enerji datalarına ulaşılabilirlik ve datalarının yüksek frekansa sahip olması nedeniyle ABD ekonomisi tercih edilmiştir. 1990:Q1-2020:Q2 döneminin dikkate alındığı çalışmada, GSYH bağımlı değişken, biokütle enerjisi üretimi, güneş enerjisi üretimi ve rüzgâr enerjisi üretimi bağımsız değişkenler olarak modele dahil edilmiştir. Kantil regresyon analizi neticesinde söz konusu yenilenebilir enerjilerin üretiminin, ekonomik büyüme üzerinde genel olarak pozitif bir etkiye sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir Enerji, Ekonomik Büyüme, Regresyon Analizi, Kantil Regresyon, ABD.

Modeling the Relationship between Renewable Energy and Economic Growth with Quantile Regression: Case of the USA

Abstract

This paper investigated the role of renewable energy generation on economic growth with the quantile regression model. The USA economy was chosen as the sample of the study due to the availability of energy data and the high frequency of these data. In the paper, considering the period 1990:Q1-2020:Q2, GDP was included in the model as a dependent variable, biomass energy generation, solar energy generation, and wind energy generation as independent variables. As a result of the quantile regression analysis, it was concluded that the generation of these renewable energies generally had a positive effect on economic growth.

Keywords: Renewable energy, Economic Growth, Regression Analysis, Quantile Regression, USA.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 17.06.2021

Kabul/Accepted: 29.11.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.953467>

* Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Adalet Meslek Yüksekokulu, Hukuk Bölümü, Kayseri, Türkiye.

E-posta: skuskaya@erciyes.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4527-5713>

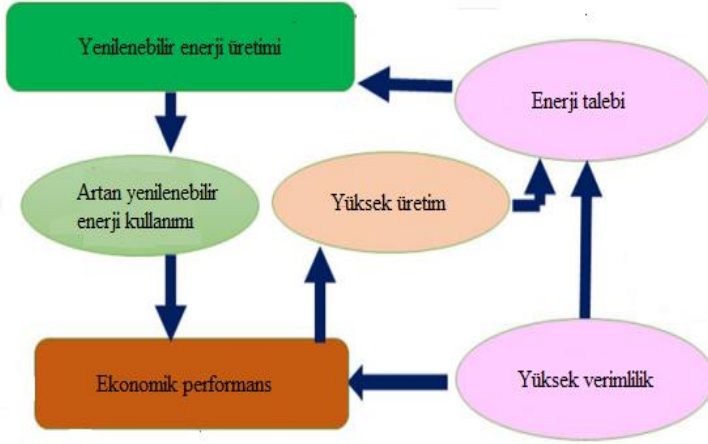
Giriş

Teknolojik gelişme ve sanayileşmeye bağlı olarak enerji, üretim fonksiyonunda yer alan önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Üretim miktarındaki yükseliş, enerji ihtiyacında da bir artış meydana getirmiştir. Bu ihtiyaçların karşılanma faaliyetleri, çevre üzerinde birtakım olumsuz etkilere yol açmıştır. Özellikle son çeyrek asırda zararlı etkisini daha fazla göstermeye başlayan küresel ısınma ve iklim değişikliği en önemli çevre sorunlarının başında gelmektedir. Bahsedilen çevresel olumsuzluklarda dikkate alınarak; teknoloji, sanayileşme ve nüfus artışının beraberinde getirdiği artan enerji ihtiyacı, ülkeleri alternatif enerji kaynaklarını kullanmaya yönlendirmiştir. Yenilenebilir enerjinin, iklim değişikliğini azaltmada kilit rol oynayabileceği ve enerjinin karbonsuzlaştırılmasında (decarbonizing) etkili olabileceği yapılan araştırmalar ile desteklenmektedir (Singh vd., 2019).

Söz konusu durumlar, ülkelerin gelecek için daha çevreci, ekonomik, sürdürülebilir bir enerji arzına ulaşma hususundaki farkındalıklarını artırmıştır (Zahedi, 2011). Bunun yanı sıra, enerji güvenliğinin sağlanması, bir devletin hem ulusal çıkarları hem de ulusal güvenliği açısından önemli bir konuma sahiptir (Valodka ve Valodkiene, 2015). Özellikle enerji konusunda dışa bağımlı ülkelerde yenilenebilir enerji kaynakları (Acaravcı ve Erdoğan, 2017):

- Ülkelerin yeraltı kaynaklarının kullanımının cazip hale getirilmesi,
- Enerji ithalatının azaltılması yoluyla ödemeler dengesi açıklarının iyileştirilmesi,
- Üretim sürecinde enerji girdi maliyetlerinin düşürülmesi,
- Çevre dostu üretim yöntemlerinin teşvik edilmesi gibi nedenlerle önem arz etmektedir.

Yenilenebilir enerji, sürdürülebilir kalkınmayla da yakın ilişkilidir. Sürdürülebilir kalkınma kavramının en kabul gören tanımlarından birisi Brundtland komisyonu raporunda yer almaktadır. Rapora göre sürdürülebilir kalkınma "Gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılayan bir gelişmedir". Bu tanım, kuşaklar arası eşitliğin önemine de vurgu yapmaktadır. Gelecek nesiller için kaynakları koruma kavramı, sürdürülebilir kalkınma politikasını aynı zamanda çevresel bozulmanın dışsallıklarını içselleştirmeyi amaçlayan geleneksel çevre politikasından ayıran en önemli özelliklerden biridir. Sürdürülebilir kalkınmanın genel amacı, ekonominin ve çevrenin uzun vadeli istikrarının sağlanmasıdır. Belirlenen amaca yalnızca karar alma sürecinde; ekonomik, çevresel ve sosyal kaygıların bütünleştirilmesi ve bunların kabul edilmesi yoluyla ulaşılabilir (Emas, 2015). Özetle, sürdürülebilir kalkınma açısından yenilenebilir enerji kaynaklarının tercih edilmesi, bu alanda belirlenen amaçların gerçekleştirilmesinde kullanılacak temel araçlardan biri haline gelmiştir.



Kaynak: Fatima vd. (2019).

Şema 1: Yenilenebilir enerji üretimi ve ekonomik performans arasındaki bağlantı

Yenilenebilir enerji kaynaklarının belirtilen etkileri ve önemi göz önünde bulundurularak çalışmada yenilenebilir enerji üretimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki araştırılacaktır. Analizde yenilenebilir enerji üretiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, 1990:Q1-2020:Q2 dönemi için ABD ekonomisi baz alınarak kantil regresyon modeli ile incelenecektir. Örneklem olarak ABD'nin tercih edilmesindeki temel neden, enerji verilerine ulaşılabilirlik ve bu ülkenin yüksek frekansa sahip enerji verilerine sahip olmasıdır. Bu makalenin cevaplamaya çalıştığı ana araştırma sorusu, yenilenebilir enerjinin, ekonomik büyümenin itici gücü olup olmadığıdır. Bu amaçla, biokütle enerji üretimi (biokütle), güneş enerji üretimi (güneş) ve rüzgâr enerji üretimi ve GSYH değişkenleri kantil regresyon ile modellenecektir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonra enerjinin ekonomik büyüme üzerindeki rolünü inceleyen makale özetleri yer almaktadır. Üçüncü bölümde analizde kullanılan veri ve yöntem hakkında bilgi verilmektedir. Dördüncü bölümde analiz sonuçları değerlendirilmektedir. Son bölümde ise sonuç bölümü yer almaktadır.

Literatür Özeti

Enerji üretimi ve/veya tüketiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştıran literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bazılarını Tablo 1'de yer verilmiştir.

Yazar	Yer	Dönem	Yöntem	
Chandran vd. (2010)	Malezya	1971-2003	ARDL	
Bulgular: Elektrik tüketimi ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişki tespit etmişlerdir.				
Zhang (2011)	Rusya	1970-2008	Durum uzayı modeli	
Bulgular: Rusya'nın enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik vardır				
Omri (2013)	14 MENA ülkesinde	1990-2011	GMM	
Bulgular: Enerji tüketimi ile ekonomik büyüme arasında iki yönlü pozitif ilişki vardır.				
Akay vd. (2015)	MENA ülkeleri	1988-2010	Panel VAR	
Bulgular: Yenilenebilir enerjide meydana gelecek bir şokun büyüme üzerindeki etkisinin pozitifidir.				

Çınar ve Yılmaz (2015)	8 gelişmekte olan ülke	1990-2013	Panel	
Bulgular: Sürdürülebilir büyümenin gerçekleşmesinde yenilenebilir enerji kaynaklarının önemli bir rolü vardır.				
Kyophilavong vd. (2015)	Tayland		Nedensellik testi	
Bulgular: Enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik vardır.				
Aslan ve Ocal (2016)	AB'ye üye ülkeler	1990-2009	ARDL	
Bulgular: Tüm ülkelerde yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyümeyi pozitif etkilemektedir.				
Dogan (2016)	Türkiye	1988-2012	ARDL	
Bulgular: Yenilenebilir enerji kaynaklarının ekonomik büyüme üzerinde kayda değer bir etkisi bulunmamıştır.				
Bakırtaş ve Çetin (2016)	G-20 Ülkeleri1	1992-2010	Panel eş bütünleşme	
Bulgular: Ekonomik büyüme, yenilenebilir enerji tüketimini artırmaktadır.				
Bhattacharya vd. (2016)	38 ülke	1991-2012	Panel	
Bulgular: Yenilenebilir enerji tüketiminin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi vardır.				
Özşahin vd. (2016)	BRICS-T Ülkeleri	2000-2013	Panel ARDL	
Bulgular: Yenilenebilir enerji tüketimi ve ekonomik gelişmişlik arasında uzun dönemde pozitif yönlü bir ilişki vardır.				
Armeanu vd. (2017)	AB ülkeleri	2003-2014	Panel veri sabit etkili regresyon modelleri	
Bulgular: Yenilenebilir enerji tüketiminin artış ekonomik büyümeyi artıracaktır.				
Rafindadi ve Ozturk (2017)	Almanya	1971-2013	Bayer-Hanck kombine eşbütünleşme ve ARDL	
Bulgular: Yenilenebilir kaynakları ve ekonomik büyümeyi iki yönlü ilişki vardır.				
Alper (2018)	Türkiye	1990-2017	Bayer-Hanck eş bütünleşme testi ve Toda-Yamamoto nedensellik	
Bulgular: Ekonomik büyümeden yenilenebilir enerji kullanımına doğru tek yönlü bir nedensellik vardır.				
Erdoğan vd. (2018)	Türkiye	1998-2015	Johansen Eşbütünleşme; VECM	
Bulgular: Ekonomik büyüme, yenilenebilir enerji üretiminin uzun dönemde nedenidir.				
Ozcan ve Ozturk (2019)	17 Ülke	1990-2016	Bootstrap panel nedensellik testi	
Bulgular: Yenilenebilir enerji talebinden ekonomik büyümeye doğru giden nedensellik bulunamamıştır.				
Bulut ve Menegaki (2020)	10 ülke	1999-2015	Panel eşbütünleşme; nedensellik yöntemleri	
Bulgular: Güneş enerjisi ile GSYH arasında nedensellik bulunamamıştır.				

Not: *ARDL:* Autoregressive Distributed Lag Bound Test; *GMM:* Generalized Method of Moments *VECM:* Vector Error Correction Model.

Tablo 1: Literatür Özeti

Tablo 1'de yer alan araştırmalar uygulanan metodoloji açısından değerlendirildiğinde, makalelerde özellikle ARDL (Chandran vd., 2010; Aslan ve Ocal, 2016 Özşahin vd. (2016) Rafindadi ve Ozturk (2017)) ve panel veri analizi (Akay vd., 2015; Çınar ve Yılmaz, 2015; Bakırtaş ve Çetin, 2016; Bhattacharya vd., 2016; Armeanu vd., 2017; Ozcan ve Ozturk, 2019; Bulut ve Menegaki, 2020) yöntemlerinin kullanıldığı görülmektedir.

Nedensellik analizinin kullanıldığı çalışmalar dikkate alındığında, farklı sonuçların elde edildiği söylenebilir. Örneğin; Chandran vd. (2010), Omri (2013), Akay vd. (2015), Çınar ve Yılmaz (2015), Kyophilavong vd. (2015), Aslan ve Ocal (2016), Bakırtaş ve Çetin (2016), Bhattacharya vd. (2016), Özşahin vd. (2016), Armeanu vd. (2017), Rafindadi

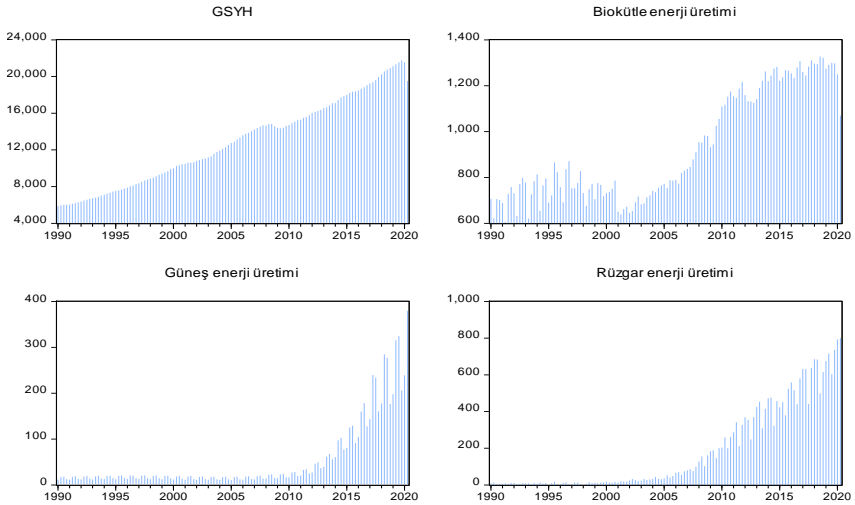
ve Ozturk, (2017), Alper (2018), Erdoğan vd. (2018), Ozcan ve Ozturk (2019) yenilenebilir enerji ile ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşırken; Doğan, (2016), Bulut ve Menegaki (2020) değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Tabloda yer alan çalışmalar örneklem seçimi konusunda ele alındığında, bazı çalışmalarda ülke grupları için araştırma yapılırken, (Omri, 2013; Akay vd., 2015; Çınar ve Yılmaz, 2015; Aslan ve Ocal, 2016; Bakırtaş ve Çetin, 2016; Bhattacharya vd., 2016; Özşahin vd., 2016; Armeanu vd., 2017; Ozcan ve Ozturk, 2019; Bulut ve Menegaki, 2020) bazı çalışmalarda ise ülke bazında (Chandran vd., 2010; Zhang, 2011; Kyophilavong vd., 2015; Doğan, 2016; Rafindadi ve Ozturk, 2017; Alper, 2018; Erdoğan vd., 2018) bu ilişki incelenmiştir.

Literatürdeki çalışmalardan farklı olarak, bu çalışmada yenilenebilir enerji üretiminin değişen koşullu dağılımlarında GSYH üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla, sonuç değişken dağılımlarının asimetrik özelliklerini incelemeye yardımcı olan (Yan vd., 2019) kantil regresyon modeli takip edilecektir.

Veri Seti ve Yöntem

Analizde 1990:Q1-2020:Q2 dönemi için ABD ekonomisine ait biokütle enerji üretimi¹ (biokütle/ katrilyon Btu), güneş enerji üretimi (güneş/ katrilyon Btu) ve rüzgâr enerji üretiminin (rüzgâr/ katrilyon Btu) ekonomik büyüme (GSYH) üzerindeki etkisi kantil regresyon modeli ile araştırılmıştır. Makalede kullanılan veriler, The U.S. Energy Information Administration (EIA, 2020) ve Economic Research at the St. Louis Fed (FRED, 2020) veri tabanlarından elde edilmiştir. Değişkenlerin analiz dönemindeki değişimleri Grafik1'de yer almaktadır.



Grafik 1: Değişkenlerin Değişimi (1990: Q1-2020: Q2 Dönemi)

¹ Çalışmada EIA (2020)'ya göre ABD'nin en fazla yenilenebilir enerji üretimine sahip; biokütle enerji üretimi, hidroelektrik enerji üretimi, güneş enerji üretimi ve rüzgâr enerji üretimi verileri analizde kullanılmıştır. Ancak yapılan kantil regresyon analizi neticesinde, katsayıları istatistikî olarak anlamlı olan değişkenlere (biokütle enerji üretimi, güneş enerji üretimi, rüzgâr enerji üretimi) yer verilerek analiz sonuçları yorumlanmıştır.

Grafik 1 incelendiğinde, enerji üretiminde özellikle son on beş yıllık periyotta önemli ölçüde artış yaşandığı görülmektedir. Değişkenlere ait önemli istatistiki göstergelere, tanımlayıcı istatistikler yardımıyla Tablo 2'de yer verilmektedir.

Tanımlayıcı İst.	GSYH	Biokütle	Güneş	Rüzgâr
Ortalama	12838.17	925.48	53.84	185.66
Medyan	12835.68	816.29	19.30	42.13
Maksimum	21747.39	1327.23	379.52	799.89
Minimum	5872.70	606.75	10.71	0.32
Std. Sapma	4647.51	235.71	77.16	232.39
Çarpıklık	0.18	0.45	2.28	1.09
Basıklık	1.87	1.58	7.58	2.86
Jarque-Bera	7.11	14.44	212.65	24.67
Olasılık	0.02	0.00	0.00	0.00
Gözlemler	122	122	122	122

Tablo 2: Tanımlayıcı İstatistikler Tablosu

Tablo 2'de değişkenlere ait; ortalama, medyan, minimum, maksimum, standart sapma, çarpıklık, basıklık, Jarque-Bera, olasılık ve gözlem değerleri yer almaktadır. Tablo 2 incelendiğinde; çarpıklık (Skewness) $\neq 0$, basıklık (Kurtosis) $\neq 3$, Jarque-Bera > 5.99 ve $\text{prob} < 0.05$ olduğu görülmektedir. Bu değerler, değişkenlerin normal bir dağılım göstermediği şeklinde yorumlanmaktadır. Analizde tercih edilen değişkenlerin normal dağılıma sahip olmamaları, analiz için kantil² regresyon modelinin uygun olduğu anlamına gelmektedir.

En küçük kareler (EKK) regresyon analizi tahminlerinde, verilerin normallik varsayımının karşılanmadığı durumlarda, kantil regresyon modelleri gibi alternatif regresyon modelleri uygulanabilmektedir (John ve Nduka, 2009). Koenker ve Basset (1978) tarafından sunulan ve Koenker ve Hallock (2001) tarafından ortaya konan kantil regresyonu tahmininde değişkenlerin normal dağılıma sahip olmaları koşulu ihmal edilmektedir. Kantil Regresyon modelinde, aşırı değerlerden etkilenen aritmetik ortalama yerine, tüm değerleri içine alan medyan hesaplamaları kullanılmaktadır.

Kantil regresyon modelleri hem zaman serisi hem de panel veri setleri için uygulanabilen bir yöntemdir (Koenker ve Xiao, 2006; Uyar vd., 2016; Çamurlu ve Erilli, 2019). Kantil regresyon modelleri EKK modelleri ile karşılaştırıldığında, daha esnek modellerdir. Çünkü, tahmin edilen hata teriminin dağılımı hakkında hiçbir varsayıma sahip değildir (Belaïd vd., 2020). EKK yönteminde, bağımlı değişkenin bağımsız değişkenlere verdiği yanıtın koşullu ortalamasına dayalı tahminler yapılmaktadır. Bununla birlikte kantil regresyon, koşullu medyan veya yanıt değişkeni farklı kantilleri tahmin etme imkânı tanımaktadır (Ong, vd., 2015). Ayrıca bu model, klasik ekonometrik varsayımların başarısız olduğu durumlarda bile sağlam sonuçlar sunabilmektedir (Halliru vd., 2020).

Klasik doğrusal regresyon modeline Denklem 1'de yer verilmiştir:

$$GSYH = \alpha_0 + \alpha_1 \text{biokütle} + \alpha_2 \text{güneş} + \alpha_3 \text{rüzgâr} \quad (1)$$

² Kantil kavramı bölen olarak ifade edilmektedir ve bir serinin hangi değerden az veya fazla ya da hangi değerler arasında olduğunu göstermektedir (Koşan, 2014).

Doğrusal regresyon modelinden hareketle, kantil regresyon (τ) modelini Denklem 2'de olduğu gibi tanımlamak mümkündür:

$$Q_{\tau}(GSYH) = \alpha_0(\tau) + \alpha_1(\tau)biokütle + \alpha_2(\tau)güneş + \alpha_3(\tau)rüzgar \quad (2)$$

Denklem 2'deki dönüşüm sayesinde α katsayıları, kantile bağlı olarak değişen fonksiyonlar haline gelmiştir (Dye, 2020). Bu çalışmada, en düşük kantil 0,10 ve en yüksek kantil 0,90 olmak üzere, dokuz farklı kantil için uygulama yapılmıştır.

Ampirik Bulgular

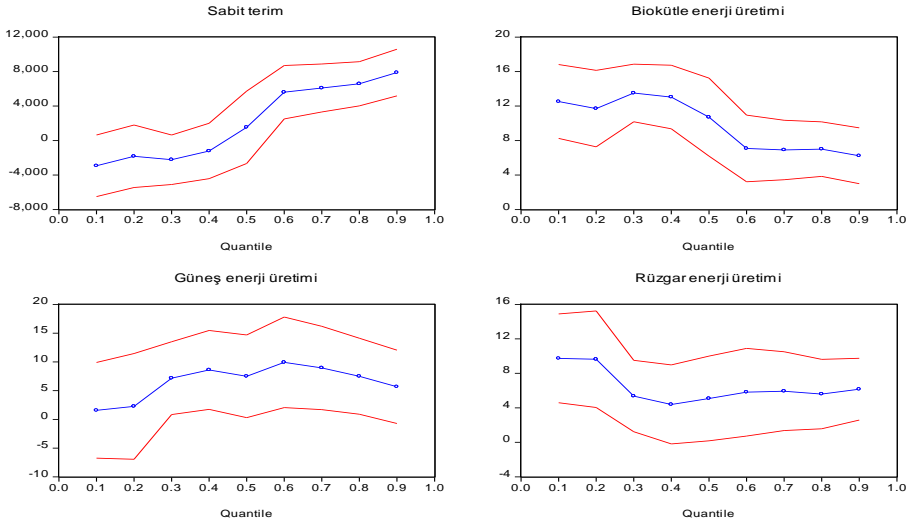
ABD ekonomisi için yenilenebilir enerji üretiminin, ekonomik büyüme üzerindeki etkisi Kantil regresyon modeli ile araştırılmaktadır. Analizde kullanılan değişkenlerin birbirlerini etkileme güçlerini belirlemek için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. Analiz bulguları Eviews 9.0 programı kullanılarak elde edilmiştir.

	GSYH	Biokütle	Güneş	Rüzgâr
GSYH	1	0.8926	0.7288	0.8974
Biokütle	0.8926	1	0.6936	0.9103
Güneş	0.7288	0.6936	1	0.8525
Rüzgâr	0.8974	0.9103	0.8562	1

Tablo 3: Korelasyon Matrisi

Tablo 3'te yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre, 1990:Q1- 2020:Q2 döneminde analize dahil edilen değişkenlerin, birbirlerini etkileme güçlerinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Bağımlı değişkenlerin, bootstrap güven aralıkları ile kantiller arasındaki katsayı farkları Grafik 2 yardımıyla görselleştirilmiştir.



Grafik 2: Kantil Regresyon Grafikleri

Grifik 2'ye göre bütün değişkenler güven aralığında yer almaktadır. Kantil regresyon analizi sonucu elde edilen bulgulara Tablo 4'te yer verilmiştir.

Bağımlı Değişken: GSYH									
Değişkenler	Kantiller								
	0.10	0.20	0.30	0.40	0.50	0.60	0.70	0.80	0.90
Biokütle	12.525* (2.185) [0.000]	11.705* (2.265) [0.000]	13.521* (1.705) [0.000]	13.049* (1.882) [0.000]	10.717* (2.313) [0.000]	7.083* (1.969) [0.000]	6.903* (1.763) [0.000]	7.002* (1.612) [0.000]	6.234* (1.652) [0.000]
Güneş	1.567 (4.243) [0.712]	2.259 (4.691) [0.630]	7.164** (3.232) [0.028]	8.592** (3.504) [0.015]	7.490** (3.672) [0.043]	9.922** (4.018) [0.015]	8.939** (3.699) [0.017]	7.495** (3.376) [0.028]	5.661*** (3.252) [0.084]
Rüzgâr	9.739* (2.628) [0.000]	9.641* (2.856) [0.001]	5.370** (2.110) [0.012]	4.392*** (2.339) [0.062]	5.081** (2.506) [0.044]	5.812** (2.598) [0.027]	5.933** (2.330) [0.012]	5.596* (2.054) [0.007]	6.169* (1.829) [0.001]
Sabit	-2931.75 (1819.35) [0.109]	-1824.82 (1848.322) [0.325]	-2226.62 (1465.70) [0.131]	-1210.49 (1641.79) [0.462]	1537.027 (2143.43) [0.474]	5613.381 (1580.63) [0.000]	6092.443 (1418.80) [0.000]	6581.641 (1307.19) [0.000]	7882.150 (1380.62) [0.000]

Not: Her bir hücredeki ilk satır tahmin edilen katsayıları, () içinde gösterilen ikinci satır standart hataları, [] içinde gösterilen üçüncü satır ilgili katsayıların olasılık değerlerini göstermektedir. *, **, *** ve **** sırasıyla %1, %5 ve %10'luk anlamlılığı gösterir.

Tablo 4: Kantil Regresyon Sonuçları

Tablo 4'te yer alan kantil regresyon sonuçlarına göre analizde bağımsız değişkenler olarak yer alan biokütle enerji üretimi, güneş enerji üretimi ve rüzgâr enerji üretimi genel olarak GSYH üzerinde olumlu etkilere sahiptir. Kantil regresyon sonucu elde edilen analiz bulgularını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

- Biokütle enerji üretiminin bütün kantillerde etkisi istatistiki olarak anlamlıdır.
- Biokütle enerji üretiminin GSYH üzerindeki en büyük etkisi sırasıyla; 30th, 40th ve 10th kantillerde gerçekleşmiştir.
- Biokütle enerjisi üretimi düşük kantillerde ekonomik büyümeyi daha çok etkilemektedir (özellikle 10th kantilde). 50th kantilden sonra bu etki azalmaktadır. Bu durum ekonomik büyüme arttıkça, biokütle enerjisi üretiminin, GSYH üzerindeki etkisinin daha düşük olduğu şeklinde yorumlanmıştır.
- Güneş enerji üretiminin etkisi; 10th, 20th ve 90th kantillerde istatistiki olarak anlamsız iken, diğer kantillerde istatistiki olarak anlamlı hale gelmiştir.
- Genel olarak güneş enerjisi üretiminin, GSYH üzerindeki pozitif yansıması yüksek kantillerde daha belirgindir. Bu durum ekonomik büyüme arttıkça, güneş enerjisi üretiminin ekonomik büyümeye katkısının arttığını göstermektedir.
- Güneş enerji üretiminin GSYH üzerindeki en büyük etkisi sırasıyla; 60th, 70th ve 40th kantillerde gerçekleşmiştir.
- Rüzgâr enerjisi üretiminin etkisi 40th kantil hariç, diğer kantillerde istatistiki olarak anlamlıdır.
- Rüzgâr enerji üretiminin GSYH üzerindeki en büyük etkisi sırasıyla; 10th, 20th ve 90th kantillerde gerçekleşmiştir.
- Rüzgâr enerji üretiminin düşük kantillerde, ekonomik büyüme üzerindeki etkisi daha fazladır (özellikle 10th ve 20th kantillerde). Başka bir ifadeyle, ekonomik büyüme arttıkça, rüzgâr enerji üretiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi daha anlamlı hale gelmiştir.

Sonuç

Teknolojik gelişme, sanayileşme ve nüfus artışı ülkelerin enerji ihtiyacının artmasına yol açmaktadır. Enerji ihtiyacının karşılanmasının da zaman içerisinde çevre üzerinde olumsuz etkilere neden olduğu ortaya çıkmıştır. Bu olumsuz etkilerin azaltılmasında, yenilenebilir enerji kaynaklarının tercih edilmesi çözüm yollarından biri olarak görülmektedir. Böylece çevre dostu olarak kabul edilen yenilenebilir enerji kaynaklarının ekonomik etkilerinin belirlenmesi önem kazanmaktadır. En temel ekonomik göstergelerden birisi ise ekonomik büyümedir. Bu doğrultuda çalışmada, yenilenebilir enerji üretiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi 1990:Q1-2020:Q2 dönemi dikkate alınarak ABD ekonomisi için araştırılmıştır.

Kantil regresyon sonuçlarına göre; biokütle enerji üretimi, güneş enerji üretimi ve rüzgâr enerji üretimi ekonomik büyümeyi artırıcı etkilere sahiptir. Analizde elde edilen bulgular, yenilenebilir enerjinin ekonomik büyümeyi artırdığı sonuncuna ulaşan (Omri, 2013; Çınar, 2015; Çınar ve Yılmaz, 2015; Kyophilavong vd., 2015; Aslan ve Ocal, 2016; Bhattacharya vd., 2016; Özşahin vd., 2016; Armeanu vd., 2017; Rafindadi ve Ozturk, 2017; Alper, 2018; Erdoğan vd., 2018) çalışmalarla desteklenmektedir.

Bu makalenin bulgularının önemli politika çıkarımları bulunmaktadır. Uygulanan politikalar yenilenebilir enerjiyi, geleneksel enerjinin (fosil yakıtların) yerini alacak şekilde teşvik etmelidir. Özellikle stratejik önem sahip bir varlık olan petrolde dışa bağımlılığı en aza indirmeyi amaçlayan ülkeler, geleneksel enerji yerine yenilenebilir enerjinin kullanımını destekleyerek, CO₂ emisyonlarını da azaltma yönünde stratejiler geliştirmelidir. Bu bağlamda, çevre dostu ve ekonomik olarak faydalı enerji politikaları geliştirilirken, politikacıların çevresel ve ekonomik etkileri eşanlı olarak dikkate almaları önem arz etmektedir.

Gelecekteki araştırmalar için farklı ülke ve ülke grupları üzerinde enerji üretimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin araştırılması mevcut literatür için faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

ACARAVCI, A. ve ERDOĞAN, S. (2018). Yenilenebilir Enerji, Çevre ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş Ülkeler için Ampirik Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 13(1), s. 53-64.

AKAY, E.Ç., ABDIEVA, R. ve OSKONBAEVA, Z. (2015). Yenilenebilir Enerji Tüketimi, İktisadi Büyüme ve Karbondioksit Emisyonu Arasındaki Nedensel İlişki: Orta Doğu ve Kuzey Afrika Ülkeleri Örneği. *International Conference on Eurasian Economies*, 2015.

ALPER, F.Ö. (2018). Yenilenebilir Enerji ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: 1990-2017 Türkiye Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), s. 223-242.

ARMEANU, D. S., G. VINTILA ve GHERGHINA, S. C. (2017). Does Renewable Energy Drive Sustainable Economic Growth? Multivariate Panel Data Evidence For EU-28 Countries. *Energies*, 10:381.

ASLAN, A. ve OCAI, O. (2016). The Role Of Renewable Energy Consumption In Economic Growth: Evidence from Asymmetric Causality. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*, 60, s.953-959.

BAKIRTAŞ, İ. ve ÇETİN, M. (2016). Yenilenebilir Enerji Tüketimi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: G-20 Ülkeleri. *Sosyoekonomi*, 24 (28), s. 131-146.

- BHATTACHARYA, M., PARAMATI, S.R., OZTURK, I. ve BHATTACHARYA, S. (2016). The Effect Of Renewable Energy Consumption On Economic Growth: Evidence From Top 38 Countries. *Applied Energy*, 162(15), s. 733-741.
- BELAİD F, YOUSSEF A.B. ve LAZARIC, N. (2020). Scrutinizing the Direct Rebound Effect for French Households Using Quantile Regression and Data from An Original Survey. *Ecological Economics* 176, s. 106755.
- BULUT, Ü. ve MENEGAKI, A. (2020). Solar Energy-Economic Growth Nexus İn Top 10 Countries with The Highest Installed Capacity. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 15(5), s. 297-310.
- CHANDRAN, V.G.R., SHARMA, S. ve MADHAVAN, K. (2010). Electricity Consumption–Growth Nexus: The Case Of Malaysia, *Energy Policy*, 38 (1), s. 606-612.
- ÇAMURLU, S. ve ERİLLİ, N.A. (2019). Kantil Regresyon Analizinde Bootstrap Tahmini. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 35 (2), s. 16-25.
- ÇINAR, S. ve YILMAZER, M. (2015). Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Belirleyicileri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30 (1), s. 55-78.
- DOĞAN, E. (2016). Analyzing The Linkage Between Renewable And Non-Renewable Energy Consumption And Economic Growth By Considering Structural Break İn Time-Series Data. *Renewable Energy*, 99(Supplement C), s. 1126-1136.
- DYE, S. (2020). Quantile Regression, <https://towardsdatascience.com/quantile-regression-ff2343c4a03> (Erişim Tarihi 02.10.2020).
- EIA, Energy Information Administration (2020), Renewable Energy Data. <https://www.eia.gov/>(Erişim Tarihi:02.10.2020).
- EMAS, R. (2015). The Concept Of Sustainable Development: Definition and Defining Principles. Brief for GSDR 2015.
- ERDOĞAN, S., DÜCAN, E., ŞENTÜRK, M. ve ŞENTÜRK, A. (2018). Türkiye’de Yenilenebilir Enerji Üretimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi Üzerine Ampirik Bulgular. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), s.233-246.
- FATİMA, N. Li, Y., AHMAD, M., JABEEN, G. ve LI, X. (2019). Analyzing long-term empirical interactions between renewable energy generation, energy use, human capital, and economic performance in Pakistan. *Energy, Sustainability and Society*, 42, s. 1-14.
- FRED, Federal Reserve Economic Data (2020). Gross Domestic Product (GDP). <https://fred.stlouisfed.org/> (Erişim Tarihi:02.10.2020)
- HALLIRU, A.M., LOGANATHAN, N., HASSAN, A.A.G., MARDANI, A. ve KAMYAB, H. (2020). Re-examining the environmental Kuznets curve hypothesis in the Economic Community of West African States: A panel quantile regression approach. *Journal of Cleaner Production*, 276, s. 124247.
- JOHN, O.O. ve NDUKA, E.C. (2009). Quantile Regression Analysis as A Robust Alternative to Ordinary Least Squares. *Scientia Africana* 8(2), s. 61-65.
- KOENKER, R. ve BASSETT, G. (1978). Regression Quantiles. *Econometrica* 46(1), s. 33-50.
- KOENKER, R. ve HALLOCK, K.F. (2001). Quantile Regression. *Journal of Economic Perspectives*, 15 (4), s. 143–156.
- KOENKER, R. ve XIAO, Z. (2006). Quantile autoregression. *Journal of the American Statistical Association*, 101(475), s. 980-1006.
- KOŞAN, N.İ. (2014). OECD Ülkelerinde Dış Ticaret Hadlerini Etkileyen Değişkenlerin Panel Kantil Regresyon Modelleri ile İncelenmesi (Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: 67.

- KYOPHILAVONG, P., SHAHBAZ, M., ANWAR, S. ve MASOOD, S. (2015). The Energy-Growth Nexus İn Thailand: Does Trade Openness Boost Up Energy Consumption? *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 46, s. 265-274.
- ONG, B., LEE, T.M., LI, G. ve CHUEN, D.L.K. (2015). Evaluating the Potential of Alternative Cryptocurrencies. In D. L. K. Chuen (Ed.), *Handbook of Digital Currency: Bitcoin, Innovation, Financial Instruments, and Big Data* (ss. 81–135). Elsevier Inc.
- OMRI, A. (2013). CO2 Emissions, Energy Consumption And Economic Growth Nexus in MENA Countries: Evidence from Imultaneous Equations Models. *Energy Economics*, 40, s. 657–664.
- OZCAN, B. ve OZTURK, I. (2019). Renewable Energy Consumption-Economic Growth Nexus in Emerging Countries: A Bootstrap Panel Causality Test. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 104, s. 30–37.
- ÖZŞAHİN, Ş., MUCUK, M. ve GERÇEKER, M. (2016). Yenilenebilir Enerji ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: BRICS-T Ülkeleri Üzerine Panel ARDL Analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(4), s. 111-130.
- RAFINDADI, A. A. ve OZTURK, I. (2017). Impacts of Renewable Energy Consumption on The German Economic Growth: Evidence From Combined Cointegration Test. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 75, s. 1130-1141.
- SINGH, N., NYUUR, R. ve RICHMOND, B. (2019). Renewable Energy Development as a Driver of Economic Growth: Evidence from Multivariate Panel Data Analysis. *Sustainability*, 11(8), s. 2418.
- UYAR, U., KANGALLI UYAR, S. ve GÖKÇE, A. (2016). Gösterge Faiz Oranı Dalgalanmaları Ve Bist Endeksleri Arasındaki İlişkinin Eşanlı Kantil Regresyon İle Analizi. *Ege Akademik Bakış*, 16(4), s. 587- 598.
- VALODKA, I. ve VALODKIENE, G. (2015). The Impact of Renewable Energy on the Economy of Lithuania. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 213, s.123 – 128.
- YAN, D., KONG, Y., REN., X., SHI, Y. ve CHIANG, S.W. (2019). The determinants of urban sustainability in Chinese resource-based cities: A panel quantile regression approach. *Science of The Total Environment*, 686, s. 1210-1219.
- ZAHEDI, A. (2011). A Review Of Drivers, Benefits, And Challenges in Integrating Renewable Energy Sources into Electricity Grid. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15, s. 4775– 4779.
- ZHANG, Y.J. (2011). Interpreting The Dynamic Nexus Between Energy Consumption And Economic Growth: Empirical Evidence From Russia. *Energy Policy*, 39, s. 2265–2272.

Summary

Meeting energy demand and ensuring energy security are among the main national interests of a state. Therefore, goals and policies in the field of energy have important cases. Sustainable development comes to the fore in the determination and implementation of the stated goals and policies. In this context, considering the relationship between energy sources and the environment, it can be seen that the importance of renewable energy sources has been increasing. Due to this increasing importance, determining the effects of renewable energy sources on the economy as well as the environment has been an important research topic. Therefore, this paper aims to investigate the role of renewable energy generation on economic growth with a quantile regression model.

This paper investigated the effects of biomass energy generation, solar energy generation, and wind energy generation on economic growth (GDP) for the period 1990:Q1-2020:Q2 in the USA using a quantile regression model. In the least squares (OLS) regression

analysis estimations, alternative regression models such as quantile regression models can be applied in cases where the normality assumption of the data is not met. In the quantile regression estimation presented by Koenker and Basset (1978) and presented by Koenker and Hallock (2001), the condition of the variables to have a normal distribution is neglected. In the Quantile Regression model, instead of the arithmetic mean affected by extreme values, median calculations that include all values are used.

It is possible to summarize the quantile regression analysis results as follows:

- *The effect of biomass energy generation on all quantiles is statistically significant.*
- *Biomass energy generation had the biggest impact on the GDP at the 30th, 40th and 10th quantiles, respectively. Biomass energy generation affects economic growth more in low quantiles (especially in the 10th quantile). This effect decreases after the 50th quantile. This means that as economic growth increases, biomass energy generation becomes less efficient.*
- *While the effect of solar energy generation was statistically insignificant in 10th, 20th, and 90th quantiles, it became statistically significant in other quantiles.*
- *In general, the positive effect of solar energy generation on the GDP increased as the quantile degree increased. This shows that as the economy increases, solar energy generation increases economic growth.*
- *The biggest impact of solar energy generation on the GDP was realized in the 60th, 70th and 40th quantiles, respectively.*
- *The effect of wind power generation is statistically significant in other quantiles, except for the 40th quantile.*
- *The biggest impact of wind power generation on the GDP was at the 10th, 20th and 90th quantiles, respectively. Wind power generation has a greater impact on economic growth in low quantiles (especially in 10th and 20th quantiles). In other words, as economic growth increases, the effect of wind power generation becomes more meaningful.*

Briefly, according to the quantile regression results; biomass energy generation, solar energy generation, and wind energy generation have increasing effects on economic growth. This result is pointed out that countries should support renewable energy generation while making their energy policies.

Researching the relationship between energy and economic growth with different countries or country groups and different methods is recommended as a research topic for future studies.

Akademisyenlerde İş Tatmini ve Örgütsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Nuran VARIŞLI*, Münevver BAYAR**

Öz

Bu araştırmanın amacı; eğitim kurumlarında görev yapmakta olan akademisyenlerin iş tatmini ve örgütsel yaratıcılık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırma 2019-2020 eğitim öğretim yılında farklı üniversitelerde görev yapmakta olan 142'si kadın 158'i erkek olan akademisyenlerden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak; araştırmacı tarafından hazırlanmış 'kişisel bilgi formu', Baycan tarafından (1985) Türkçe geçerliliği ve güvenilirliği yapılmış olan 'Minnesota iş doyum ölçeği' ve Balay (2010) tarafından geliştirilmiş olan 'Örgütsel yaratıcılık ölçeği' kullanılmıştır. Verilerin analizinde iş tatmini ve örgütsel yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ölçmek için Spearman korelasyon analizi, ikili grupların karşılaştırmasında Mann Whitney U testi ve üçlü grupların karşılaştırılması ise Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Analizler SPSS 22.0 paket programı kullanılarak .05 anlamlılık düzeyinde test edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, akademisyenlerin iş tatmini düzeyleri ve örgütsel yaratıcılık düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Akademisyenlerin iş tatminleri attıkça örgütsel yaratıcılık düzeyleri de artmaktadır. Bulgular literatür kapsamında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, Akademisyenlerde İş Tatmini, Yaratıcılık, Örgütsel Yaratıcılık, Akademisyenlerde Örgütsel Yaratıcılık

Investigation of the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Creativity in Academicians

Abstract

The purpose of this research is to investigate the relationship between the job satisfaction and organizational creativity levels of academics working in educational institutions. The research data consists 142 female and 158 male academics that are working in different universities in the 2019-2020 academic year. In the research "Personal information form" prepared by the researcher, "Minnesota job satisfaction scale" and "Organizational creativity scale" were used as a data collection tools. The data was tested by non parametric tests and Spearman correlation coefficient technique was



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 10.05.2021

Kabul/Accepted: 12.12.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.896837>

* Dr., Sosyal Güvenlik Kurumu, Ankara, Türkiye. E-posta: gulmennuran@hotmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0657-756X>

** Doç. Dr., Sosyal Güvenlik Kurumu, Ankara, Türkiye. E-posta: munevverbayar@hotmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8077-2160>

used to determine the relationship between them. Mann Whitney U test was used to compare two groups and Kruskal Wallis tests was used to compare three groups. The analyzes were tested at .05 significance level using the SPSS 22.0 package program. As a result a positive relationship was found between academicians' job satisfaction levels and organizational creativity levels. Organizational creativity levels increase as the job satisfaction of academics increases. The findings were discussed within the literature and suggestions were made according to the results obtained.

Keywords: Job Satisfaction, Job Satisfaction in Academics, Creativity, Organizational Creativity, Organizational Creativity in Academics

1. Giriş

İş tatmini kelime anlamından da anlaşıldığı gibi, çalışanların işlerinde aldıkları memnuniyet duyma ve başarılı hissetme olarak açıklanmaktadır. Bireyin iş değerlerini elde etmesi veya temel ihtiyaçlarını karşılaştırmasına sebep olan değerlendirmenin sonucudur (Khan ve ark., 2012: 2-3). Çalışanların işlerine ve kurumlarına karşı tutumları, işlerinin kendi ihtiyaçlarını doğrudan veya dolaylı şekilde elde etmesini sağlandığını hissettiklerinde, bu çalışanlarda olumlu iş tatmini ortaya çıkmaktadır. Kısacası, iş tatmini çalışanların işleri ile ilgili olan beklentileri ve gerçekte sahip oldukları arasındaki farkı açıklamaktadır. Bu farkın genişliği memnuniyetsizliğin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Larson ve Luthans, 2006: 45-62.). Bütün insan kaynakları personellerinin hedefi, çalışan memnuniyeti ve iş memnuniyeti olmaktadır. İş tatmini olan bir çalışan, tutulan bir çalışan olmaktan başka marka içinde ve dışında temsilci olmaktadır. Tatmin olmuş çalışanlar endişelerin giderilmesinde kurumlarına yardımcı olur ve onları gerekli alanla savunabilir (Akman, 2018: 51-52) Mutlu çalışan demek, örgütlerine ve hedeflerine sadık olurlar ve hedeflerine ulaşmak, ekiplerinde başarılı olmak için ellerinden geleni yaparlar. Örgütlerin iş doyumu genel olarak maaş ve rekreasyon faaliyetlerine bağlıdır. (Nişancı, 2015: 257-294.) Çalışanlar çalıştıkları kurumlardan bireysel beklentileri ili ilgili destek görmediklerinde, işlerini ertelemeye, tembellik yapmaya ve duyarsızlaşmaya başlarlar. İş tatmininin oluşmaması sonucu bu tür olumsuz davranışlar ortaya çıkacaktır (Akman, 2018: 61).

Yaratıcılık kavramı 60'lı yılların başlarında araştırılmaya başlanmıştır ve ilerleyen dönemlerde örgütün içerisinde de aktif olabileceği düşüncesi ile bu alanda da incelenmeye başlanmıştır (Uzunçarşılı ve Özdayı, 1997: 359-367). Yaratıcılık kavramının değeri giderek artmaktadır ve önemi vurgulanmakta olan bir değer haline gelmektedir. Yaratıcılığın doğru bir şekilde uygulanması ve devamlılığın sağlanması örgütlerin devamlılığında önemli bir yere sahiptir. Araştırmacılar tarafından yaratıcılık bireysel bir eylem olarak değerlendirilmektedir. Örgütsel yaratıcılık kavramının anlaşılır olması ve hayata geçirilmesi çalışanların bireysel yaratıcılık becerileri ve örgütlerin yapılarının uygun koşulları sağlaması ile mümkün olmaktadır. Yaratıcı bir yapının oluşması adına örgütün yaratıcılık anlayışını destekleme seviyesine, yönetim biçimine, özelliklerine, iç ve dış unsurlarına dikkat etmek gerekmektedir. Örgütler insanların yaratıcılık düzeylerini olumlu etkilediği gibi, olumsuz da etkileyebilir. Örgüt çalışanları bazen yaratıcılıklarını sergilemek için uygun ortama sahip olmayabilirler. Yaratıcılığı destekleyen unsurlar arasında çalışma ortamlarında yapılan liderlik uygulamaları, çalışanları takdir etme, işbirliği çalışmaları yapma, ödüllendirme yöntemlerini kullanma vardır (Andriopoulos, 2003: 375-388.). Örgütlerdeki yaratıcılığın fark edilmesi teşvik edilmesi ve sürekliliğinin korunması örgütlerin kendi içerisindeki devamlılıkları için önemli bir noktadır. Yaratıcılıkları desteklenmeyen ve kurumlar tarafından fırsat verilmeyen, geleneksel

hizmet anlayışını benimsemiş, örgütler, düşük maliyet ile çalışmalar yapan ve yaratıcılığın keşfi için olanak sağlayan örgütler karşısında üstünlük sağlayamaz. Örgüt yöneticilerinin örgüt içerisinde çalışanlarını yaratıcılığa teşvik etmesi pozitif bir atmosferin oluşumuna sebep olacaktır. Sonuç olarak, yaratıcı kültür yapısı benimsenir ve merkezci yaklaşım terk edilerek şeffaf yönetim anlayışı kabul görür (İraz, 2010: 46). Örgüt yöneticileri ve çalışanları takım şeklinde örgütsel yaratıcılığın gelişme şeklini belirlemelidir. Örgütlerde yaratıcılığın artırılması için ilk başta yöneticiler gelmektedir. Yöneticilerin liderlik anlayışları ve yenilikçilik istekleri örgütsel yaratıcılığı önemli düzeyde etkilemektedir (Durna, 2002: 145). Yöneticilikte modern anlayış, çalışanlar ve müşteriler arasındaki değişim ve enerji kaynakları olmaktadır. Bu anlayışla hareket eden örgütler, yeni fikirler üretmeyi, sorun çözme yeteneklerini geliştirmeyi ve karşılımlarına çıkan fırsatları yaratıcılığa dönüştürmeye iyi bir şekilde programlama yeteneğine sahiptirler (Top, 2008: 55).

2. İş Tatmini

İş tatmini, bireyin beklentileri istikametinde elde ettikleri için göstermekte olduğu duygusal bir tepki olmaktadır. Nedeniyle iş tatmini çalışmakta olanın görevi ve iş yeri ile alakalı genel duygularının düzeyi olarak açıklanabilir (Javed vd., 2014: 123). Diğer bir tanımda ise iş çevresi ve işe yönelik davranışların toplamı olarak anlatılmaktadır (Mcshane & Glinow, 2016: 74). Herkese göre mühim olan konular değişiklik gösterdiğinden iş tatmini bir hayli değişik parametreye göre bağlı olmaktadır. İş tatmini aslında değişik bireyler için değişik manalara sahip karmaşık olup fazla boyutlu bir kavram sayılmaktadır. Motivasyon kavramıyla beraber kullanılmasına karşın bu kelimeyle aynı manaya gelmemektedir. İş tatmini iç durumu ya da bir hâl anlatan bir kavram olmaktadır. İş tatmini, yüksek başarıya zemin hazırlayan ve motivasyonu artıran bir durum sayılmaktadır. Bireyin işinden tatmininin seviyesi sosyal, örgütsel, bireysel, çevresel ve kültürel etkenlere bağlıdır (Mullins, 2010: 282). Böylelikle değişik kültürlerde yetişen çalışanlarda iş tatmini seviyeleri ve kriterleri değişik olabilmektedir.

Çalışanın göstermekte olduğu çabanın seviyesini ve kalitesini iş tatmini etkileyerek işletmede verimliliği, yüksek iş tatminini ve bütünsel performansını yükseltmektedir (Mugungo vd., 2015: 47).

2014'te Javed ve arkadaşları yaptıkları çalışma iş tatmininin, iş başarımı ve sadakatı olumlu şekilde etkilediği bulunmuştur (Javed vd., 2014: 120-121). 2013'te Awan ve Safraz'ın yapmış oldukları çalışmada iş tatmininin aracı rolüyle insan kaynakları uygulamalarında güçlü bir pozitif ilişkide olduğunu bulmuşlardır (Munjuri & K'obonyo, 2015: 164).

İş tatminiyle ilişkili teorileri: Alderfer'in ERG, McClelland'ın Başarı Güdüsü, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Locke'un Amaçlama, Herzberg'in Çift Etmen, Beklenti ve Eşitlik Teorileri bulunmaktadır. Frederick Herzberg'in öne sürdüğü çift faktör teorisinde iş tatmini, çalışan kişilerin işlerinden ne beklemede olduklarını tespit etmek için kendilerini çalıştıkları iş yerinde ne vakit kötü ve ne vakit iyi hissettikleri vaziyetleri belirtmeleri, bilhassa kötü ve iyi hissetmelerinin nedenlerini belirtmeleri istenmiştir (Mullins, 2010: 265). Bu pozisyonların incelenmesi sonucunda bazı faktörlerin hijyen faktörler (Dışsal) olduğu bazı faktörlerin ise motive edici (İçsel) nitelikte olduğu saptanmıştır (Tuna, 2016: 286). Dışsal faktörler insanlarda belirli bir doyum seviyesini korumak için lüzumlu olan, fiziksel şartlar, iletişim, iş güvenliği, ücret ve ilişkiler gibi etkenleri barındıran hijyen faktörlerdir. Bu faktörler, durum koruyucu olarak da nitelendirilen faktörler olduğu gibi motive olunmasında gereken asgari şartların sağlanmasına ve bir görevin yürütülmesine katkı sağlamaktadır. İnsanlarda dışsal faktörler karşılandığında tatmin olamadıkları gibi tatminsizlik hissetmemektedirler

(Kitchin, 2010; 69- 70). Kısacası dışsal faktörler, tatmin için gerekli olmakta yalnız yeterli nitelikte olmamaktadır. İnsanların Herzberg'e göre kendilerini iyi hissetmiş oldukları konulardan olan başarı, sorumluluk alma, gelişme, ilerleme ve takdir olanakları gibi içsel faktörlerin var olması gerekmektedir. Tatmini sağlamakta olan faktörlerle tatminsizliğe sebep olan faktörler farklıdır. Tatminsizliğe sebep olan etkenler ortadan kaldırılrsa bile tatmin sağlanamayabilir (Robbins & Judge, 2015: 208).

3. Yaratıcılık ve Örgütsel Yaratıcılık

Yaratıcılık: Günümüzde örgütsel hayatın önemli unsurları arasında yer alan yaratıcılık kavramı, araştırmacılar küçük farklılıklarla ayrışsalar da araştırmacılar tarafından birbirine benzer şekillerde tanımlanmış olmakla birlikte latince "creare" kelimesinden gelir. "Doğurmak, yaratmak, meydana getirmek" anlamına gelmektedir. (Balay, 2017) TDK'nın sözlük anlamında yaratıcılık, "yaratıcı olma durumu; yaratma yeteneği, her bireyde var olduğu kabul edilen, bir şeyi yaratmaya iten farazi yatınlık" olarak açıklanmaktadır (TDK, 2021).

Akademik anlamda son 30 yıl içerisinde yenilik ve yaratıcılığa verilen önem dikkat çekmektedir. Yenilik ve yaratıcılık aynı süreç içerisinde yer alan ayrı unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre yaratıcılık, bireysel olarak ya da küçük bir grup tarafından yararlı ve yeni fikirlerin üretilmesi sürecini içermektedir. Çoğu bilim insanı için bu tanımlar ortak kanaattir (Amabile & Pratt, 2016; April vd., 2019). Sadece yeni bir ürün ya da fikri var etmek yaratıcılık anlamına gelmez. Çünkü yeni fikirlere bakıldığında çoğunlukla var olan fikirleri şekillendirilerek yeniden formüle edilmesidir. Bu anlamda yaratıcılık, bilinen fikirlere yeni anlamlar kazandırılması ve yeni oluşumlar elde edilmesi faaliyetleri şeklinde tanımlanabilir (Bessis ve Jaqui, 1973; Yeşilyurt, 2020).

Ludving'e (1989) göre yaratıcılık çeşitli aşamalar içermektedir. Bu aşamalar;

1. Hazırlık Aşaması: Problemin çözümsüz gibi görünen problemin çözülmeye çalışıldığı aşamadır. Bu aşamada hemen başarı gösterilemez.
2. Kuluçka Aşaması: Problem çözülmek üzere bekletilen problemler için fikir üretme aşamasıdır.
3. Aydınlanma Aşaması: Bu aşamada keşif, ilham ve aydınlanma sürecidir. Fikir genelde çok ilgisiz bir zaman diliminde ortaya çıkabilir. Örn. Rüyasında, müzik dinlerken vb.
4. Buluşun Biçimlendirmesi: Elde edilen veriler değerlendirilir. Fikirler uygulamaya geçirilir ve bir kanaat oluşur.

Rice'a (2006) göre araştırmacılar yaratıcılık çalışmalarını genel olarak 2 boyutta değerlendirmektedir. Birinci boyut, yaratıcılığı artıran ve engelleyen bireysel özellikleri içeren bireysel yaratıcılık; ikinci boyut ise, yaratıcılığı etkileyen organizasyonel faktörleri içeren organizasyonel yaratıcılıktır. Bunlardan ilki, yaratıcı davranışa ve bireysel değerlere odaklanırken, ikincisi de çalışan yaratıcılığı ve organizasyon özellikleri arasındaki bağı irdelemektedir. Bazı araştırmacılar ise, bu iki boyutun birleşimini oluşturan bir bakış açısını savunmaktadır (Rice, 2006, s. 234).

Örgütsel yaratıcılık geliştirilmeye, artırılabilmeye ve yönetilmeye açıktır. Örgütsel yaratıcılık artırıldığında ve iyi yönetildiğinde verimlilikte artış, yüksek motivasyon, takım çalışması, iş tatmini, müşteri memnuniyeti, stratejik düşünmeye yönelik sonuçların yanında yeni yöntemler ve yeni ürünlerin ortaya çıkmasına da olanak sağlar (Basadur vd., 2002; Mostafa & El Masry, 2008).

Küreselleşmenin etkisiyle insan kaynaklarının yaratıcılığı organizasyonlarda temel oluşturmaktadır. Eğitim alanı dahil tüm organizasyonlar çalışanlarında yaratıcılık

yetkinliğine önem vermektedir. Eğitim alanında yaratıcılık özelliğine sahip akademisyenler ve öğretmenler önem kazanmaktadır (Agustina & Rismantono, 2020;270).

Yaratıcılık birçok unsurdan etkilenmektedir. Örneğin çalışan bireylerin duyguları ve çalıştıkları ortamlardaki davranışların bu duyguları olumlu veya olumsuz etkilemesi gibi. İş ortamında, yöneticisi veya iş arkadaşının etik olmayan olumsuz bir davranışına maruz kalan ve alınan kararlara güvenmeyen ve yanlış bulan çalışanın motivasyonu, örgüte bağlılığı ve yaratıcılık seviyesi düşme eğilimindedir (Kaplan, Stachowski, 2010: 587- 594). Örgütsel yaratıcılık üç temel faktörden etkilenmektedir. Bunlar, yenilik yaratmaya teşvik eden örgüt içi motivasyon, yönetsel uygulamalar ve örgütsel kaynaklardır (Amabile 1997: 46). Bu bağlamda örgütsel yaratıcılığın, örgüt yönetimince yaratıcılığın ödüllendirilmesine yönelik teşvik unsurları, takım desteği, iş tatmini, kaynaklara kolay erişim, iş yükünden kaynaklı stres, yönetim uygulamalarında katılık ve örgütsel engeller ile ilişkili olduğunu söylemek mümkündür (Balay, 2010; Grabner, 2007).

4. Yöntem

4.1. Katılımcılar

Araştırmanın evren ve örneklemini 2019-2020 Eğitim Öğretim yılında farklı üniversitelerde görev yapmakta olan 142'si kadın 158'i erkek olan akademisyen oluşturmaktadır.

4.2. Ölçme Araçları

4.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formu araştırmacı tarafından benzer çalışmalar incelenerek hazırlanmıştır. Kişisel bilgi formunda yaş, cinsiyet, medeni durum, ekonomik durum, meslekteki hizmet süresi, eğitim durumu değişkenleri hakkında bilgi almak amaçlanmıştır.

4.2.2. İş Tatmini Ölçeği

İş tatmini ölçeği Weiss, Davis, England ve Lofquist (1967) tarafından geliştirilmiştir. Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması ise Baycan (1985) tarafından yapılmıştır. Ölçekten elde edilmiş olan Cronbach alfa değeri 0,77 şeklindedir. Ölçek 5-li likert tipi olarak geliştirilmiştir, ölçekte alınabilecek minimum puan 20 maksimumun puan ise 100 şeklindedir. Ölçekte 20 madde bulunmaktadır ve cevapla hiç memnun değilim 1 puan, memnun değilim 2 puan, kararsızım 3 puan, memnunum 4 puan ve çok memnunum 5 puan olarak hesaplanmaktadır. Ölçekte 2 alt boyut vardır. 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 20 maddeleri içsel doyumunu ölçerken, 5, 6, 12, 13, 14, 17, 18, 19 dışsal doyumunu ölçmektedir.

4.2.3. Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği

Örgütsel yaratıcılık ölçeği Balay (2010) tarafından geliştirilmiştir. Ölçekte 3 alt boyut ve 38 madde bulunmaktadır.1-16 maddeleri Bireysel boyutu, 17-27 maddeleri yönetsel boyutu ve 28-38 maddeleri ise toplumsal boyutu ölçmektedir. Bireysel boyutun Cronbach alfa değeri 0,92, yönetsel boyutun 0,93 ve toplumsal boyutun 0,93 olarak saptanmıştır. Ölçek 5-li likert tipidir. Ölçeğin puanlanmasında hiç katılmıyorum 1 puan, az katılmıyorum 2 puan, orta derecede katılmıyorum 3 puan, çok katılmıyorum 4 puan ve tam katılmıyorum 5 puan olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 38 en

yüksek puan ise 190 şeklindedir.

4.3. İstatistiksel Analiz

Araştırmada ilk aşama olarak ölçek maddelerine verilmiş olan cevaplara göre iç tutarlılığı kontrol etmek için amacıyla cronbach alfa katsayıları incelenmiştir. İkinci aşama olarak toplanmış verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini ölçmek için Kolmogrov-Smirnow veya Shapiro Wilk test sonuçları dikkate alınmıştır. ($P>0,05$). Son aşamada ise veriler normal dağılım göstermediği için non parametrik testler kullanılmıştır. İkili grup karşılaştırılmasında Mann Whitney U testi, üçlü grup karşılaştırılmasında ise Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Ölçek puanları arasındaki ilişkiyi ölçmek için Spearman testi kullanılmıştır. Araştırmanın bulguları n, %, ortalama, std. sapma, median, IQR, minimum değerler, maksimum değerler olarak ele alınmıştır. Bütün istatistiksel hesaplamalarda SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır.

5. Bulgular

Akademisyenlerin iş tatmini puanları ve örgütsel yaratıcılık puanları normal dağılım göstermemiştir. ($p<0,05$)

Tablo 1. Akademisyenlerin Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı

	N- 300	N	%
Cinsiyet	Kadın	142	47.3
	Erkek	158	52.7
Yaş aralığı	24-35	83	27.6
	36-50	184	61.4
	51 ve üzeri	33	11
Eğitim durumu	Lisans	117	39
	Yüksek lisans	51	17
	Doktora	132	44
Medeni durumu	Evli	262	87.3
	Bekar	38	12.7
Ekonomik durum	Düşük	17	5.7
	Orta	243	81
	Yüksek	40	13.3
Meslekte hizmet süresi	1-5 yıl	19	6.3
	6-10 yıl	85	28.3
	11 yıl ve üzeri	196	65.3

Tablo 2. Akademisyenlerin İş Tatmini Alt Boyutları Puan Dağılımı

İş tatmini alt boyutları	Ort.	S.S	Median	IQR	Min	Max
İçsel doyum	44	8.14	44.3	6.9	16	55.4
Dışsal doyum	25	6.19	25.5	8	9.1	35.6
Genel doyum	75	15.24	78	16.7	27	99

Tablo 3. Akademisyenlerin Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları Puan Dağılımı

Örgütsel yaratıcılık alt boyutları	Ort.	S.S	Median	IQR	Min	Max
Bireysel boyut	59	9.2	59.2	12	33	75
Örgütsel boyut	33	10	33.3	13.16	10	50
Toplumsal boyut	32	10	30	11.86	10	50
Genel yaratıcılık	133	26	26.2	34.25	64	190

Tablo 4. Akademisyenlerin İş tatmini ve Örgütsel Yaratıcılık Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık alt boyutları	İş tatmini alt boyutları	r-değeri	p-değeri
Bireysel boyut	İçsel doyum	0,313	0. 000
	Dışsal doyum	0.220	0. 000
	Genel iş tatmini	0.275	0. 000
Örgütsel boyut	İçsel doyum	0.602	0. 000
	Dışsal doyum	0.717	0. 000
	Genel iş tatmini	0.678	0. 000
Toplumsal boyut	İçsel doyum	0.539	0. 000
	Dışsal doyum	0.515	0. 000
	Genel iş tatmini	0.548	0. 000
Genel yaratıcılık	İçsel doyum	0.614	0. 000
	Dışsal doyum	0.606	0. 000
	Genel iş tatmini	0.625	0. 000

Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık puanları ile iş tatmini puanları arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Korelasyon yüksek düzeyde ve pozitif yöndedir. Akademisyenlerin iş tatmini arttıkça örgütsel yaratıcılıkları da artmaktadır. Alt boyutlardan bireysel boyut ile içsel doyum, dışsal doyum ve genel iş tatmini puanları arasında ilişkinin zayıf düzeyde, örgütsel boyut puanları ve genel yaratıcılık puanları ile içsel doyum, dışsal doyum, genel iş tatmini puanları arasındaki ilişkinin yüksek düzeyde, toplumsal alt boyut ile içsel doyum, dışsal doyum, genel iş tatmini puanları arasındaki ilişkinin orta düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 5. Akademisyenlerin Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları ve İş Tatmini Alt Boyutları Puanlarının Cinsiyete Göre Dağılımını İncelemeye Yönelik Mann Whitney U Testi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık	cinsiyet	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
Bireysel boyut	Kadın	142	58	9.18	58	13	Z=-2.230	0.026
	Erkek	158	59	9.29	59	10		
Örgütsel boyut	Kadın	142	32	11	33	11	Z=-1.222	0.222
	Erkek	158	34	9.4	33	12		
Toplumsal boyut	Kadın	142	32	11	32	13	Z=-0,021	0.983
	Erkek	158	32	10	30	12		
Genel yaratıcılık	Kadın	142	32	11	33	11	Z=-1.418	0.156
	Erkek	158	34	9.4	33	12		
İş tatmini	cinsiyet	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
İçsel doyum	Kadın	142	44	9	44	9	Z=-0.163	0.870
	Erkek	158	44	7.2	44	6		
Dışsal doyum	Kadın	142	25	7	25	8	Z=-0.164	0.870
	Erkek	158	25	5.4	27	7		
Genel iş tatmini	Kadın	142	76	17	76	18	Z=-0.260	0.795
	Erkek	158	76	13	79	16		

Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık alt boyutlarından bireysel boyut cinsiyete göre farklılık gösterirken ($P=0.05>0.026$),örgütsel boyut ($P=0.05<0.222$), toplumsal boyut ($P=0.05<0.983$) ve genel yaratıcılık puanları ($P=0.05<0.156$) cinsiyete göre farklılık göstermemiştir. Erkeklerin bireysel yaratıcılık puanları kadınlardan daha fazla olarak saptanmıştır. Akademisyenlerin iş tatmini ölçeğinden aldıkları puanlara baktığımızda, içsel doyum($P=0.05<0.870$), dışsal doyum($P=0.05<0.870$) ve genel iş tatmini puanları($P=0.05<0.795$) cinsiyete göre farklılık göstermemiştir.

Tablo 6. Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları ve İş Tatmini Alt Boyutları Puanlarının Medeni Duruma Göre Dağılımını İncelemeye Yönelik Mann Whitney U testi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık	Medeni durum	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
Bireysel boyut	Evli	262	58	9.18	58	13	Z=-0.689	0.491
	Bekar	38	59	9.29	59	10		
Örgütsel boyut	Evli	262	32	11	33	11	Z=-3.484	0.000
	Bekar	38	34	9.4	33	12		
Toplumsal boyut	Evli	262	32	11	32	13	Z=-1.108	0.268
	Bekar	38	32	10	30	12		
Genel yaratıcılık	Evli	262	32	11	33	11	Z=-3.031	0.002
	Bekar	38	34	9.4	33	12		
İş tatmini	Medeni durum	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
İçsel doyum	Evli	262	44	8.4	44	6.7	Z=-0.902	0.367
	Bekar	38	44	6	43	11		
Dışsal doyum	Evli	262	25	5.9	26	8	Z=-2.505	0.012
	Bekar	38	23	7.3	23	11		
Genel iş tatmini	Evli	262	76	15	78	16	Z=-1.607	0.108
	Bekar	38	74	14	72	18		

Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık alt boyutlarından örgütsel boyut ($P=0.05>0.000$),ve genel yaratıcılık puanları($P=0.05>0.002$), medeni duruma göre

farklılık gösterirken. bireysel boyut ($P=0.05<0.491$), ve toplumsal boyut ($P=0.05<0.268$), alt boyut puanları medeni duruma göre farklılık göstermemiştir. Örgütsel boyut ve genel yaratıcılık boyutundan bekar olan bireylerin puanları daha fazla saptanmıştır Akademisyenlerin iş tatmini alt boyut puanlarına baktığımızda ise dışsal doyum alt boyut puanları ($P=0.012>0.002$), medeni duruma göre farklılık gösterirken, içsel doyum ($P=0.05>0.367$), ve genel iş tatmini puanları ($P=0.05>0.108$) medeni duruma göre farklılık göstermemiştir. Dışsal doyum puanları evlilerde daha fazladır.

Tablo 7. Akademisyenlerin Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları ve İş Tatmini Alt Boyutları Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Dağılımı İncelemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık	Eğitim durumu	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
Bireysel boyut	Lisans	117	57	11	57	16	$X^2=7.743$	0.021
	Yüksek lisans	51	60	9	58	12		
	Doktora	132	60	7	60	9		
Örgütsel boyut	Lisans	117	32	11	30	14	$X^2=7.108$	0.029
	Yüksek lisans	51	37	8.9	36	16		
	Doktora	132	33	9.8	33	15		
Toplumsal boyut	Lisans	117	31	12	30	16	$X^2=4.349$	0.114
	Yüksek lisans	51	34	10	35	12		
	Doktora	132	32	8	30	9		
Genel yaratıcılık	Lisans	117	130	33	132	42	$X^2=7.802$	0.020
	Yüksek lisans	51	141	20	137	34		
	Doktora	132	134	21	135	29		
İş tatmini	Eğitim durumu	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
İçsel doyum	Lisans	117	41	10	43	9	$X^2=18.465$	0.000
	Yüksek lisans	51	48	5	47	6		
	Doktora	132	45	6.3	44	9		
Dışsal doyum	Lisans	117	23	6	24	7.2	$X^2=23.514$	0.000
	Yüksek lisans	51	26	7	28	12.2		
	Doktora	132	26	5	28	7		
Genel iş tatmini	Lisans	117	70	18	73	17	$X^2=21.302$	0.000
	Yüksek lisans	51	81	13	86	20		
	Doktora	132	79	12	79	18		

Akademisyenlerin iş tatmini alt boyutları olan içsel doyum ($P=0.05<0.000$), dışsal doyum ($P=0.05<0.000$) ve genel iş tatmini puanları ($P=0.05<0.000$) eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir. Yüksek lisans yapanların puanları diğer gruplardan daha fazladır. Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık puanlarına baktığımızda ise bireysel boyut ($P=0.05>0.021$), örgütsel boyut ($P=0.05>0.029$), genel yaratıcılık puanları ($P=0.05>0.020$) eğitim durumuna göre farklılık gösterirken, toplumsal boyut puanları ($P=0.05>0.114$) eğitim durumuna göre farklılık göstermemiştir. Örgütsel yaratıcılık puanları da en fazla yüksek lisans mezunlarında saptanmıştır.

Tablo 8. Akademisyenlerin Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları ve İş Tatmini Alt Boyutları Puanlarının Ekonomik Durumuna Göre Dağılımını İncelemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık	Ekonomik durum	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
Bireysel boyut	Düşük	17	56	10	55	16	$X^2=7.270$	0.026
	Orta	243	59	9	59	12		
	yüksek	40	62	9	60	17		
Örgütsel boyut	Düşük	17	29	13	23	21	$X^2=5.684$	0.058
	Orta	243	34	9.4	33	11		
	yüksek	40	31	12	33	19		
Toplumsal boyut	Düşük	17	31	13	27	16	$X^2=4.986$	0.083
	Orta	243	32	9.6	30	10		
	yüksek	40	35	12	37	16		
Genel yaratıcılık	Düşük	17	126	34	106	45	$X^2=7.149$	0.028
	Orta	243	134	24	135	28		
	yüksek	40	139	33	135	54		
İş tatmini	Ekonomik durum		Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
İçsel doyum	Düşük	17	40	4.8	40	8	$X^2=16.934$	0.000
	Orta	243	44	8.4	44	6		
	yüksek	40	48	5.7	48	11		
Dışsal doyum	Düşük	17	22	6.4	24	7	$X^2=5.458$	0.065
	Orta	243	25	6.2	26	8		
	yüksek	40	27	5.5	28	9		
Genel iş tatmini	Düşük	17	70	5.5	69	16	$X^2=10.611$	0.005
	Orta	243	75	11	76	16		
	yüksek	40	82	12	84	25		

Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık alt boyutlarından bireysel boyut ($P=0.05>0.026$), ve genel yaratıcılık puanları ($P=0.05>0.028$), ekonomik duruma göre farklılık gösterirken örgütsel boyut ($P=0.05<0.058$), ve toplumsal boyut puanları ($P=0.05<0.083$), ekonomik duruma göre farklılık göstermemiştir. Ekonomik durumu yüksek olanların örgütsel yaratıcılık puanları diğerlerinden daha fazla saptanmıştır. Akademisyenlerin iş tatmini puanlarına baktığımızda ise içsel doyum ($P=0.05>0.000$), ve genel iş tatmini puanları ($P=0.05>0.005$), ekonomik duruma göre farklılık gösterirken, dışsal doyum puanları ($P=0.05<0.065$), akademik duruma göre farklılık göstermemiştir. Ekonomik durumu yüksek olanların iş tatmini puanları diğerlerinde daha fazla olarak saptanmıştır.

Tablo 9. Akademisyenlerin Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları ve İş Tatmini Alt Boyutları Puanlarının Meslekteki Hizmet Süresine Göre Dağılımını İncelemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık	Meslekte hizmet süresi	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
Bireysel boyut	1-5 yıl	19	61	7.4	60	12	$X^2=2.505$	0.286
	6-10 yıl	85	60	9.1	59	10		
	11 yıl ve üzeri	196	59	9.4	58	12		
Örgütsel boyut	1-5 yıl	19	40	7	35	14	$X^2=10.277$	0.006
	6-10 yıl	85	32	12	32	12		
	11 yıl ve üzeri	196	33	9	33	14		
Toplumsal boyut	1-5 yıl	19	35	9	33	3	$X^2=3.442$	0.179
	6-10 yıl	85	31	12	29	13		
	11 yıl ve üzeri	196	32	9	30	12		
Genel yaratıcılık	1-5 yıl	19	148	25	139	32	$X^2=4.438$	0.109
	6-10 yıl	85	133	31	135	33		
	11 yıl ve üzeri	196	133	24	131	34		
İş tatmini	Meslekte hizmet süresi		Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
İçsel doyum	1-5 yıl	19	46	4.4	44	7	$X^2=0.982$	0.612
	6-10 yıl	85	43	10	44	10		
	11 yıl ve üzeri	196	44	7.2	45	7		
Dışsal doyum	1-5 yıl	19	31	3.5	29	7	$X^2=19.506$	0.000
	6-10 yıl	85	25	7.3	24	9		
	11 yıl ve üzeri	196	25	5.6	25	7		
Genel iş tatmini	1-5 yıl	19	84	8.7	80	16	$X^2=6.429$	0.040
	6-10 yıl	85	74	19	76	23		
	11 yıl ve üzeri	196	76	14	78	19		

Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık alt boyutlarından örgütsel boyut puanı ($P=0.05>0.006$) meslekte hizmet süresine göre farklılık gösterirken, bireysel boyut ($P=0.05<0.286$), toplumsal boyut ($P=0.05<0.179$), genel yaratıcılık puanları ($P=0.05<0.109$) meslekte hizmet süresine göre farklılık göstermemektedir. Örgütsel yaratıcılığın alt boyutu olan örgütsel boyut puanı meslek hizmeti az olanlarda daha fazla olarak elde edilmiştir. Akademisyenlerin iş tatmini puanlarına baktığımızda ise dışsal doyum ($P=0.05>0.000$) ve genel iş tatmini puanları ($P=0.05>0.040$) meslekteki hizmet süresine göre farklılık gösterirken, içsel doyum puanları ($P=0.05>0.612$) meslekteki hizmet süresine göre farklılık göstermemektedir. 1-5 yıl deneyimi olan akademisyenlerin dışsal doyum ve genel iş tatmini puanları diğerlerinde daha fazla saptanmıştır.

Tablo 10. Akademisyenlerin Örgütsel Yaratıcılık Alt Boyutları ve İş Tatmini Alt Boyutları Puanlarının Yaşlarına Göre Dağılımını İncelemeye Yönelik Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Örgütsel yaratıcılık	Yaş aralığı	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
Bireysel boyut	24-35	83	58	9,4	59	11	$X^2=10.155$	0.006
	36-50	184	60	9,2	60	10		
	51 ve üzeri	33	56	8	55	9		
Örgütsel boyut	24-35	83	34	13	34	12	$X^2=1.484$	0.476
	36-50	184	33	9	33	13		
	51 ve üzeri	33	33	9	33	15		
Toplumsal boyut	24-35	83	32	12	33	15	$X^2=2.261$	0.323
	36-50	184	31	8,5	30	11		
	51 ve üzeri	33	34	11	31	15		
Genel yaratıcılık	24-35	83	134	35	135	43	$X^2=0.360$	0.835
	36-50	184	134	22	135	29		
	51 ve üzeri	33	133	26	125	31		
İş tatmini	Yaş aralığı	N	Ortalama	S.S	Median	İQR	Test ist.	P
İçsel doyum	24-35	83	42	11	43	15	$X^2=1.782$	0.410
	36-50	184	45	7	44	6		
	51 ve üzeri	33	45	5	45	9		
Dışsal doyum	24-35	83	25	8	28	14	$X^2=5.096$	0.078
	36-50	184	25	5	24	7		
	51 ve üzeri	33	25	3	25	5		
Genel iş tatmini	24-35	83	74	20	78	30	$X^2=0.219$	0.896
	36-50	184	76	13	76	16		
	51 ve üzeri	33	77	9	74	19		

Akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık puanları bireysel alt boyutta ($P=0.05>0.006$) yaşa göre farklılık gösterirken, örgütsel boyut ($P=0.05>0.476$), toplumsal boyut ($P=0.05>0.323$) ve genel yaratıcılık puanları ($P=0.05>0.835$) göre farklılık göstermemiştir. Yaşı 36-50 arasında olanların bireysel yaratıcılık puanları diğerlerinde fazladır. Akademisyenlerin iş tatmini puanları içsel doyum ($P=0.05>0.410$), dışsal doyum ($P=0.05>0.078$) ve genel iş tatmini puanları ($P=0.05>0.896$) ise yaş aralığına göre farklılık göstermemiştir.

6. Tartışma ve Sonuç

Araştırmaya dahil edilen akademisyenlerin demografik değişkenlere göre dağılımına baktığımızda

- Cinsiyet değişkenine göre katılanların 142'si kadın 158'i erkektir.
- Eğitim durumu değişkenine göre katılanların 117'si lisans, 51'i yüksek lisans ve 132'si doktora mezundur.
- Medeni duruma göre katılanların 262'si evli ve 38'i bekarıdır.
- Ekonomik duruma göre katılanların 17'si düşük, 243'ü orta ve 40'ı yüksek duruma sahiptir.
- Meslekteki hizmet süresine göre katılanların 19'u 1-5 yıl, 85'i 6-10 yıl, 196'sı ise 11 yıl ve üzeri deneyime sahiptir.
- Yaşa göre dağılımına baktığımızda 83'ü 24-35 yaş, 184'ü 36-50 yaş, 33'ü 51 yaş ve üzeri olarak görülmektedir.

Yapılan analiz sonucunda, akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık puanları ile iş tatmini puanları arasında ilişki olduğu saptanmıştır. Korelasyon yüksek düzeyde ve pozitif yöndedir. Akademisyenlerin iş tatmini arttıkça örgütsel yaratıcılıkları da artmaktadır. Ercan (2009) yaptığı araştırma sonucunda öğretmenlerin iş doyumları ve yaratıcılık düzeyleri arasından pozitif yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu çalışma

bizim elde ettiğimiz sonucu destekler niteliktedir.

Cinsiyet değişkenine göre, akademisyenlerin iş tatmini puanları farklılık göstermezken, örgütsel yaratıcılık alt boyutu olan bireysel boyut farklılık göstermiştir

Mehmet ve Ömer (2014) araştırmalarında banka personellerinin iş tatmini düzeylerini incelemiştir ve sonuç olarak cinsiyete göre anlamlı bir farklılık elde etmemiştir. Bu çalışma sonucumuzu destekler niteliktedir. Çalışmamızda erkeklerin bireysel yaratıcılık puanları kadınlardan daha fazla bulunmuştur. Balay (2010), Karacabey (2011) ve Yahşi (2014) çalışmalarında da erkeklerin bireysel yaratıcılık puanlarını kadınlardan daha fazla olarak belirtmiştir.

Medeni durum değişkenine göre, akademisyenlerin iş tatmini alt boyutlarından olan dışsal doyum puanları farklılık gösterirken, örgütsel yaratıcılık alt boyutu olan örgütsel boyut da farklılık göstermiştir. Sevgin (2019) araştırmasında dönüştürücü ve etkilşimci liderlik davranışların iş yaşam kalitesi üzerindeki etkisini araştırmıştır ve puanların medeni duruma göre farklılık gösterdiğini saptanmıştır. Bu çalışma elde ettiğimiz sonucu desteklemektedir Filiz (2020) çalışması sonucunda iş tatmini ölçeğinden alınan puanların medeni durum değişkenine göre farklılık göstermediğini belirtmiştir. Yılmaz (2013) çalışmasında iş tatminini etkileyen faktörleri ele almıştır ve medeni durum değişkeni açısından anlamlı bir farklılık ortaya çıkmadığını belirtmiştir. Bu çalışmalar elde ettiğimiz sonuca göre farklılık göstermektedir. Bunun sebebi olarak çalışmaya katılan insanların yaş faktörlerini gösterebiliriz.

Eğitim durumu değişkenine göre, akademisyenlerin iş tatmini puanları farklılık gösterirken, örgütsel yaratıcılık alt boyutları bireysel boyut, örgütsel boyut da farklılık göstermiştir. Mehmet ve Ömer (2014) çalışmasını banka personelinin eğitim düzeylerine göre iş tatminlerini incelemiştir ve sonuç olarak anlamlı bir farklılık elde etmiştir. Bu çalışma elde ettiğimiz sonucu desteklemektedir.

Ekonomik durum değişkenine göre örgütsel yaratıcılık alt boyutlarından bireysel boyut farklılık göstermiştir. Akademisyenlerin iş tatmini puanlarına baktığımızda ise içsel doyum alt boyutu ekonomik duruma göre farklılık göstermiştir

Meslekteki hizmet süresine göre, örgütsel yaratıcılık alt boyutlarından örgütsel boyut puanı farklılık göstermiştir. Akademisyenlerin iş tatmini puanlarına baktığımızda dışsal doyum puanları da meslekteki hizmet süresine göre farklılık göstermiştir. Filiz (2020) çalışmasına göre çalışanların meslekteki hizmet süresi arttıkça iş tatmini düzeyleri de artmaktadır sonucu elde edilmiştir. Bu çalışmadan elde edilen sonuç, çalışmamızın sonucunu destekler niteliktedir. Hazel (2019) kütüphaneciler üzerine yaptığı çalışmada deneyimi az olan örgütsel, bireysel, yönetsel ve toplumsal yaratıcılık algılarını daha yüksek olarak belirtmiştir.

Yaş değişkenine göre, örgütsel yaratıcılık puanları bireysel alt boyutta farklılık gösterirken, iş tatmini puanları ise yaş aralığına göre farklılık göstermemiştir. Akman (2018: 216) çalışmasında iş tatmini ve işten ayrılma niyetini bazı değişkenlere göre araştırmıştır. Elde ettiği sonuçlara göre, yaş atıkça iş tatmini düzeyi de artmıştır.

Genel olarak söyleyebiliriz ki, iş tatmini puanlarını etkileyen demografik değişkenler medeni durum, eğitim durumu, ekonomik durum, meslekteki hizmet süresi şeklindedir. Örgütsel yaratıcılık puanlarını etkileyen demografik değişkenler ise, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, meslekteki hizmet süresi ve yaş şeklindedir.

KAYNAKÇA

AKMAN, A. (2018). Çatışma Yönetimi, İş Tatmini, Kariyer Tatmini, İş Performansı Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 51-216

AMABILE, T. M., & PRATT, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157-183.

ANDRIOPOULOS, C. (2003). "Six Paradoxes in Managing Creativity: An Embracing Act". *Long Range Planning*, 36(4), 375-388. [https://doi:10.1016/S0024-6301\(03\)00071-2](https://doi:10.1016/S0024-6301(03)00071-2)

APRIL, S., OLIVER, A. L., & KALISH, Y. (2019). Organizational creativity-innovation process and breakthrough under time constraints: mid-point transformation. *Creat. Innov. Manag.* 28, 318-328. doi: 10.1111/caim.12326

AGUSTINA, T. S., & RISMANTONO, B. (2020). The Moderation Effect Of Innovation Trust Person-Job Fit Toward The Lecturers Creativity. *International Journal of Organization Innovation*, 12(4), 270-278.

BALAY, R. (2010). Öğretim Elemanlarının Örgütsel Yaratıcılık Algıları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43(1), 41- 78.

BALAY, R. (2017). Yönetimde yeni yaklaşımlar (Edt. Memduhoglu, H. B., & Yılmaz, K.). Pegem Akademi, Ankara

BASADUR, M., PRINGLE, P. & KIRKLAND, D. (2002), "Crossing cultures: training effects on the divergent thinking attitudes of Spanish-speaking South American managers", *Creativity Research Journal*, Vol. 14, pp. 395-408.

BAYCAN, F. A. (1985). Farklı gruplarda çalışan kişilerde iş doyumunun bazı yönlerinin analizi. *Bilim Uzmanlığı Tezi*, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul.

BESSIS, P. & JAQUI, H. (1973). *Yaratıcılık nedir?* (Çev. S. Gürbaşkan), İstanbul: İstanbul Reklam Yayınları.

DURNA, U. (2002). *Yenilik Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 145

ERCAN Y. (2009). İlköğretimde çalışan öğretmenlerin örgütsel bağlılıklarının, iş doyumları ve okullardaki örgütsel yaratıcılık açısından incelenmesi. *İlköğretim Online*, 8(2), 476-484, 2009.

KARAGÖZ, F. (2020) Dönüşümcü liderlik, kişi- örgüt uyumu, iş tatmini ve özgecilik ilişkisine yönelik araştırma. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi*.

DURMAZ, H. (2019) Üniversite kütüphanecilerinin örgütsel yaratıcılık algıları. *Yüksek lisans tezi*, Erzurum

İRAZ, R. (2010). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ' ler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 46

JAVED, M., BALOUCH, R. & HASSAN, F. (2014). "Determinants Of Job Satisfaction And Its Impact On Employee Performance And Turnover Intentions", *International Journal Of Learning & Development*, V: 4 N: 2, pp: 120-140.

KAPLAN, S., STACHOWSKI, A., HAWKINS, L. & KURTESSIS, J. (2010). "Canaries in the Coalmine: On the Measurement and Correlates of Organizational Threat Recognition." *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19 (5), 587-614.

KARACABEY, M. F. (2011). Özel ve Resmi ilköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Örgütsel Yaratıcılık Algıları. - *Yüksek Lisans Tez*. Adıyaman: Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

KHAN, I., GHAURI, T. A., AKRAM, K. (2012). Relationship between Job Satisfaction and HR Practices, an Empirical Research of Different Sectors of University Teachers in Pakistan, *International Journal of Learning & Development*. 2(3) 2-3 <https://doi.org/10.5296/ijld.v2i3.1756>

KITCHIN, D. (2010). *Introduction to Organisational Behaviour for Managers and Engineers*, First Edition, UK: Elsevier Ltd

LARSON, M., LUTHANS, F. (2006). Potential Added Value of Psychological Capital in Predicting Work Attitudes, *Journal of Leadership and Organizational Studies*. 13(1), 45-62. <https://doi.org/10.1177/10717919070130010701>

LUDWIG, A.M. (1989). Reflections on creativity and madness. *American Journal of Psychotherapy*, 43, 4-14.

MCSHANE, S. L. & GLINOW, M. A. V. (2016). (Çev. Ed. Günsel A., Bozkurt S.) Örgütsel Davranış, Ankara: Nobel Akademik

MOSTAFA, M. M., & EL-MASRY, A. (2008). Perceived barriers to organizational creativity: A cross-cultural study of British and Egyptian future marketing managers. *Cross Cultural Management*, 15(1), 81-93.

MUGUONGO, M., MUGUNA, T. & MURIITHI, D. (2015). "Effects Of Compensation On Job Satisfaction Among Secondary School Teachers In Maara Sub-County Of Tharaka Nithi County", *Kenya Journal Of Human Resource Management*, V: 3 (6), pp: 47-59.

MULLINS L. J. (2010). *Management and Organisational Behaviour*, Ninth edition, England:Prentice Hall.

MUNJURI M. & K'OBONYO P. (2015). "Human Capital, Employee Empowerment And Performance Of Commercial Banks And Insurance Firms In Kenya", *International Journal Of Arts And Commerce*, V:4 N:6, August, pp:163-

181.http://www.ijac.org.uk/images/frontImages/gallery/Vol_4_No_6/17_163-181.pdf

NİŞANCI, Z. N. (2015). Geçmişten Günümüze Yönetim Düşüncesi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*. 13(25), 257-294.

ÖZAYDIN, M. M. ve ÖZDEMİR, Ö. (2014) Çalışanların Bireysel Özelliklerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Bir Kamu Bankası Örneği. 251-281

RICE, G. (2006). Individual Values, Organizational Context, and Self-Perceptions of Employee Creativity: Evidence from Egyptian Organizations. *Journal of Business Research*, 59, 233-241.

ROBBINS, SP & JUDGE, T. (2015). (Çev. Ed. Erdem, İ), Örgütsel Davranış, Ankara: Nobel Akademik

SEVGİN, M. N. (2019). Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Davranışının İş Yaşam Kalitesi Ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TOP, S. (2008). *İşletmelerde Yenilik ve Yaratıcılık Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları, 55

TUNA, M. (2016). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Ankara: Detay.

Türk Dil Kurumu (2021). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 03.03.2021

UZUNÇARŞILI, Ü. ve ÖZDAYI, N. (1997). "Okul Yöneticilerinin Yaratıcılık ile Liderlik Özelliklerinin Araştırılması". *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(9), 359-367.

YAHŞI, Ü. (2014). Gençlik ve Spor Bakanlığı Personelinin Örgüt iklimi Algıları ile Örgütsel Yaratıcılık Düzeyi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

YEŞİLYURT, E. (2020). Yaratıcılık ve Yaratıcı Düşünme: Tüm Boyut ve Paydaşlarıyla Kapsayıcı Bir Derleme Çalışması, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (25), 3874 – 3915.

YILMAZ, S. (2013). Çalışanların İş Tatminini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Eğitim Sektörü Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Summary

People mostly enter business life to earn a wage and achieve individual goals. They aim to make a difference in their lifestyle with the wage they receive for their work, and to reach their individual career goals with the success and progress they achieve in their work. Until today, job satisfaction has been defined in many ways. The individual's positive feelings about their job and the realization of their expectations towards the job indicate job satisfaction. At the core of job satisfaction are the feelings and thoughts that include the satisfaction felt by the person while talking about their job.

Meeting the expectations of individuals from the job is very important in achieving job satisfaction. Job satisfaction is an important factor in increasing the contribution of the employee to their job. Employees, in both private and public sectors, who are satisfied with their job increase their motivation towards work and add value to their organization by producing new ideas and products.

Creativity is the ability to create that exists in the individual. Although this ability is generally present in all individuals, it cannot be revealed by everyone. The most important factor in evaluating creativity is knowledge. The person can reveal their creativity by internalizing and developing the knowledge they have learned, sometimes by producing new ideas and sometimes through new products.

Organizational creativity, on the other hand, is the creation of a new product / service with high added value or the development of an existing product / service, and the activation of the business process. In the face of ever-changing customer needs and quality service expectations, organizations can respond to these changes by keeping innovative and creative employees within their structure. In order for organizational creativity to be effective, important duties fall on the management of the organization. These are factors such as keeping the motivation of the employees high, avoiding prejudices, exhibiting fair and ethical behavior, providing team support, and creating social activity areas.

Organizational creativity is effective in organizations with high job satisfaction, thus resulting in high success in teamwork, increased productivity, new methods to effectively manage business processes and new products and services that will add value to the organization. Although the studies on the concepts of creativity and innovation continue increasingly for more than 30 years, there are not many studies involving academicians in the context of the relationship between organizational creativity and job satisfaction. For this reason, it is thought that this study will contribute to the literature. The aim of this study is to examine the relationship between job satisfaction and organizational creativity levels of academicians working in educational institutions.

This study was carried out with a questionnaire with 142 female and 158 male academicians working at different universities in the 2019-2020 academic year in order to examine the relationship between academicians' job satisfaction and organizational creativity.

In the study, the "Minnesota Job Satisfaction Scale" which was developed by Weiss, Davis, England and Lofquist (1967) which had the Turkish validity and reliability study conducted by Baycan (1985) and the "Organizational Creativity Scale" developed by Balay (2010) were used. In the analysis of the data, Spearman correlation analysis to measure the relationship between job satisfaction and organizational creativity, Mann Whitney U test for comparison of paired groups and Kruskal Wallis tests for comparison of triple groups were used. Analyzes were tested at .05 significance level by using SPSS 22.0 package program. According to the findings obtained from the study, a positive significant relationship was found between academicians' job satisfaction levels and organizational creativity levels. As such, academicians' organizational creativity increases with as their job satisfaction increases.

The Effect of Job Engagement on Person-Organization Fit: A Research in Banking Sector*

Ceren AYDEMİR**, Hande ENDİRLİK***

Abstract

Human resources-the most valuable resource of the economy- has the potential to make a big difference in the organization, environment and industry. These differences can be positive or negative. Job engagement is one of the factors that distinguish these differences from each other. The main purpose of this study is to determine the effect of job engagement on person-organization fit. In addition, it was examined the effects of the dimensions of job engagement on person-organization fit. The data of the research were collected from 330 bank employees in Kayseri. Quantitative research method was conducted and the data were obtained by face-to-face technique. Job engagement was assessed through Utrecht Work Engagement Scale (UWES) by Schaufeli et al. (2002) and person-organization fit was assessed through the scale which have been developed by Netemeyer et al. (1997). The proposed hypotheses have been tested using the SPSS package program and reliability analysis, correlation analysis, and regression analysis conducted on data. As a result of the research, the job engagement has a significant effect on person-organization fit. Moreover, both vigor and dedication which are sub-dimensions of the job engagement have a significant effect on person-organization fit.

Keywords: Job Engagement, Person-Organization Fit, Value Congruence, Vigor, Dedication, Absorption.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 15.03.2021

Kabul/Accepted: 18.10.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.895828>

* This study has been derived from the master's thesis titled "The Effect of Job Engagement on Person-Organization Fit (İşe Adanmışlığın Kişi-Örgüt Uyumuna Üzerindeki Etkisi)", which was accepted in 2019 at Nuh Naci Yazgan University Institute of Social Sciences Department of Business Administration and prepared by Hande Endirlik under the consultancy of Asst. Prof. Ceren AYDEMİR.

** Asst. Prof., Nuh Naci Yazgan University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration Kayseri, Türkiye. E-mail: cseyhan@nny.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2021-7333>

*** PhD Student, Kayseri University Graduate School Department of Business Administration Kayseri, Türkiye. E-mail: tekinsoyhande@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-3983-8890>

İşe Adanmışlığın Kişi-Örgüt Uyumu Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma

Öz

Ekonominin en değerli kaynağı olan insan kaynağı; bulunduğu örgütte, çevresinde ve endüstride büyük farklar yaratabilme potansiyeline sahiptir. Bu farklar olumlu olabileceği gibi olumsuz yönde de olabilmektedir. Bu farkları birbirinden ayıran faktörlerden biri de çalışanların işe adanmışlığıdır. Bu çalışmanın temel amacı işe adanmışlığın kişi-örgüt uyumu üzerindeki etkisini belirlemektir. Ayrıca işe adanmışlık boyutlarının da kişi-örgüt uyumu üzerindeki etkileri incelenecektir. Araştırmanın verileri Kayseri ilindeki 330 banka çalışanından elde edilmiştir. Nicel araştırma yöntemi kullanılarak yapılan çalışmanın veri toplama yöntemi anket tekniğidir. Araştırmada işe adanmışlık (UWES) Schaufeli ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen Utrecht İşe Bağlılık Ölçeği ile, kişi-örgüt uyumu ise Netemeyer ve diğerleri (1997) tarafından geliştirilmiş olan ölçek aracılığıyla ölçülmüştür. Önerilen hipotezler, SPSS paket programı kullanılarak test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, işe adanmışlığın kişi-örgüt uyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Aynı zamanda işe adanmışlığın alt boyutlarından olan dinçlik ve adanmışlığın da kişi-örgüt uyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Anahtar Kelimeler: İşe Adanmışlık, Kişi-Örgüt Uyumu, Değer Uyumu, Dinçlik, Adanmışlık, Yoğunlaşma.

1. Introduction

Management is a concept that cannot change from past to the present and preserves its importance for every organization regardless of its method. It has potential to play an important role in the way of making the organizations unique in today's competitive world. "Human" is the most essential and main source of the management, which includes various responsibilities such as using the sources efficiently and strategically, informing the members of the organization correctly, managing and coordinating them in this direction. That's why, the quality and efficiency of human resources management have been among the determinants and have had a great importance for the future of the organizations.

The organizations have reached their aims fast with the people who accommodate to the organization by sharing their missions and visions in an environment where the conditions are variable. Many studies which have been conducted about person-organization fit mention that person will leave from the organization when the fit cannot be achieved. However, it can be said that the person will continue to remain in the organization if the appropriate conditions and alternatives are not available. For instance, an employee might not be able to cover the loss of income, health insurance or his seniority (Vardaman, et al., p. 1532). Under these circumstances, individual can feel burnout or fatigue. It is possible that the burnout and fatigue situations that the member of the organization will face at the individual level can cause some negative consequences in the social environment, unit, and organization. As a member of the organization, some negative feelings like burnout and fatigue which has a direct or indirect effect on organizational performance of the employee can lead to some problems like customer dissatisfaction or decrease in organizational performance. These negative problems will be eliminated or removed when person-organization fit is higher.

Harter et al. (2002) had defined the job engagement as "individual's participation and satisfaction to the job". Schaufeli et al. (2002) defined work engagement as a positive, satisfying, work-related mental state characterized by vigor, absorption and dedication. Czarnowsky (2008) stated that the employees who have job engagement contribute to the success of the employers while investing in their works mentally and emotionally (Shuck, cited from Czarnowsky, 2013). Engaged individuals are described as psychologically present, attentive, committed, integrated, and focused on their role performance. They are open to themselves and others, committed to their work and others, and present their selves as a whole to the work (Kahn, 1990). Even if the job engagement and person-organization fit are two different concepts, they are not completely indifferent from each other. These two variables are the factors that can affect each other and can be reflected to the behaviors of the people whether they are within the awareness of the people or not. Although there are many studies which examine and detail both job engagement and person-organization fit individually or different variables in the literature, there are inadequate studies examining the relationship between these two variables. That is why, it is thought that this study will contribute to the literature. Yılmaz (2016) examined the relationship between person-organization fit and organizational commitment and there is positive relationship between person-organization fit and work engagement. In Genç (2020)'s study it was found that the person-organization fit levels of the employees positively and significantly affect the vigor, dedication and absorption levels of the employees. Hamid and Yahya (2011) found that there is significant positive relationship between person-organization fit and employees work engagement. Kılıç Akıncı (2018) extends Social Identity Theory by examining the link between person-organization fit and work engagement through enhanced job satisfaction. Kılıç Akıncı (2018) found significant relationship between concepts. In different studies in the literature, a positive relationship has emerged between the concepts. Thus, in this study, it is thought that job engagement will positively affect person-organization fit. Employees who dedicate themselves to their work will achieve a high level of fit with their organizations and will exert more effort to achieve the goals of the organization. Therefore, it is thought that examining job engagement as one of the factors affecting the concept in order to ensure person-organization fit will contribute to the literature. In addition, providing the practitioners with theoretical and practical information about the concepts of job engagement and person-organization fit or the effects of employees who exhibit and experience them on the organization is another importance of the research.

2. Literature Review

Dr. William Kahn defines the concept of individual engagement, which he used in his article published in *Academy of Management Journal* in December, (1990), as multi-dimensional motivational concept that reflects the physical, cognitive and energy of the individual to the active, full-time performance (Rich, Lepine and Crawford, cited from Law, Wong and Mobley, 2010).

Kahn (1990) stated the emergence of this concept as follows: "Psychologists, social scientists, and group theorists have mentioned that people are undecided about being member to the certain systems and organizations. They have also claimed that those people wanted to protect themselves from both isolation and occupation by moving away from the membership and then returning to the membership. This dilemma let people cope with internal chaos and external conditions." Both personal engagement and personal disengagement terms have been developed as a result of the needs like expressing and defining both situations for self-control.

In addition to Kahn (1990) who brought the concept of the job engagement to the literature, various studies have been conducted about the same concept within years. Harter et al., (2002) who drew the attention to the subject not only in the academic world but also in the business world by stressing the importance of the job engagement on human resources in the early 2000s had defined the job engagement as "individual's participation and satisfaction to the job". Czarnowsky (2008) stated that the employees who have job engagement contribute to the success of the employers while investing in their works mentally and emotionally (Shuck and Wollard, cited from Czarnowsky, 2013). Another definition had been given by Wellins and Concelman (2005). They defined the job engagement as "imaginary power that forces the employees to success higher (or lower) performance level" and "combination of loyalty, efficiency and engagement" (Macey and Schneider, cited from Wellins and Concelman, 2008). Job engagement has been accepted as multidimensional structure known as a positive, satisfying and work-related mental situation that are characterized by vigor, dedication, and absorption (González-Romá et al., 2006, p.166).

Kahn (1990) and many researchers tried to explain the job engagement in different perspectives. When the definitions are analyzed, it is seen that job engagement is often expressed as a "mood" that is based on both feelings and thoughts of the individual. It has been confirmed that questions have been asked to understand the feelings and thoughts of the individual about the job in the experimental study conducted by Kahn (1990).

Vigor is characterized by being constant in the job together with high level of energy, mental flexibility, and willingness to the work even if there are some difficulties in the work (González-Romá et al., 2006, p.166). Moreover, vigor can be described as feeling physically energetic and emotionally strong; volunteering to struggle, struggling with the difficulties (Ozkalp and Meydan, 2015, p.6).

Dedication can be thought as a sense of meaning, curiosity, inspiration, pride, and challenge (González-Romá et al. 2006, p.166). Furthermore, it can be thought that it is a challenge and enthusiastic working status in the case that the employee values to the job and prides in the job (Ozkalp and Meydan, 2015, p.6).

Absorption can be defined as difficulty in breaking loose in the job, concentrating on the work and being engaged while working (González-Romá et al. 2006, p.166). The absorption is a condition in which the employee does not want to have a break in the work and it can result in some negative consequences. It can cause some conflicts in individual life if the absorption on the job comes to the point that the employee cuts off from the outside world and damages to the balance of work and life (Ozkalp and Meydan, 2015, p.6).

Job engagement is a situation that has positive results on both individual and organization. At the individual point, the individual who has the feeling of job engagement is the person who believes in their work is important, serves a specific purpose on the basis of their work. It is assumed that the individuals are inspired by the work they do and find their work meaningful, therefore they do their work eagerly in this classification (Caliskan, 2014, pp.370-371). It is observed that the individuals who have job engagement have high psychological capital (self-efficacy, self-confidence, optimization), and they are also happy employees who can create their own resources, perform better and (Ozkalp and Meydan, 2015). Employees who have job engagement are people who spryly and effectively connect with work activities and can fully cope with the demands of their jobs (Schaufeli et al., 2002, p.73). It is inevitable that this situation will provide positive outcomes for employers and organizations, while the employees who enjoy their work, give a meaning and look at the life more positive and confident have job engagement at the individual level. Job engagement experience is known as a satisfying, positive

experience about work and mental state. It is more likely that there is higher quality relationship between employers and the employees who have job engagement; and this enables them to have more positive attitudes, intentions and behaviors. There are some experimental studies reporting that there is a relationship between job engagement and work outcomes. It is thought that engagement has positive relation with organizational commitment while it has negative relation with release on the basis of these studies; and it is also associated with job performance and extra role behavior (Saks, 2006).

When employees have job engagement, they are more likely to engage in activities that support organizational activity. For this reason, the optional behaviors exhibited by the employees are considered as the results of job engagement (Saks, 2008, p.41).

In addition to all these positive results about job engagement, job engagement that goes beyond certain limits can also lead to some negative consequences. As the literature in engagement has developed, suggestions have emerged that engagement may have a dark side (Halbesleben, 2011). For example, it is possible that absorption, which is one of the dimensions of job engagement, leads to employees who have lost their social life in the long run, have lost the balance between their work and lives and are called workaholics. Investment in extrarole behaviours, engaged individuals may be at greater risk of their work interfering with their family life (Halbesleben et al., 2009) and it may negatively impact their family (Halbesleben, 2011).

Although many aspects of organizations and people are important in determining behaviors (e.g. skills, job requirements, personality traits and professions), it is assumed that both the basic and enduring features of organizations and people are valuable. Person-organization fit is basically defined as the relation between the norms and values of organizations and the values of individuals (Chatman, 1989, p.335). To be more precise, it is accepted that person-organization fit is based on the fit between an organization and a person's basic characteristics. While these characteristics are values, climate, culture, goals and norms on the organization side, the characteristics are values, personality, attitudes and goals on the individual side. It is stated that the characteristics of the organization and the person should be similar and be in a harmony in order to emerge the fit between them (Kristof, 1996).

Individuals compare themselves with other people in their social environment because of the sense of belonging, which is one of their basic needs. Individuals try to adapt and be in harmony because they prefer consistency. Generally, individuals desire to have control over their lives, to reduce uncertainty, to belong, to be happy and feel the life satisfaction (Van Vienen, 2018, p. 77). Individuals make an effort for certainty and predictability that will emerge if their beliefs, behaviors, and attitudes match with others because it is known that the concept of fit enables the individuals to understand others' behavior better and facilitate interpersonal interaction (Van Vienen, 2018, p.77).

It is assumed that person-organization fit improves the ability to predict how much a person's values will change as a function of organization membership and to what extent they will adapt to organizational norms. It has been suggested that membership in the organization can shape and change people's values (Chatman, 1989, p.342). According to the perspective of Cable and DeRue (2002), if the members of the organization believe that their values and the values of the organization and other organization members are in a harmony, it is assumed that their interest in the mission of the organization will increase (p. 376).

Person-organization fit is defined as a reflection of the fit between organizational and individual value patterns. O'Reilly, Chatman, and Caldwell (1991) 's research suggests that the individual's preference between the organization he / she participates in and the existing organizational culture shows that it is associated with engagement, satisfaction and turnover. On the basis of these results, it is seen that both the individual's job stress

and job satisfaction are affected by the person-organization fit. Although person-organization fit can be analyzed better after being included in an organization, the search for person-organization fit is accepted as a process that starts with job search.

The person-organization fit, which is based on Schneider's (1987) model of Attraction-Selection-Attrition / ASA, states that employees who are in similar types are affected by organizations which are in similar types (Yıldız, 2013, cited from Schneider, p.156). The Attraction-Selection-Attrition / ASA model of Schneider (1987) has an important place in adaptation studies. Schneider stated that individuals with similar personality traits would prefer to do similar jobs with a higher probability than other individuals and their behavior would be similar. In accordance with this idea, people who are similar to each other are attracted by environments where their goals are similar; in addition to this, they are chosen to work there and they prefer to continue working there. The fit between personal expectations and organizational life ensures high job satisfaction. However, if employees believe that they do not adapt to this environment, then they feel regret and choose to leave their organization (Irak, 2012, cited from Schneider, p.13).

It is known that person-organization fit has stronger relationships with business attitudes and engagement to the organization than with business performance (Kristof-Brown et al., 2005, p.317). It is not foreseen that the effect of person-organization fit on business attitude and attachment to the work cannot change since that fit cannot change over time. Positive business attitudes and engagement to the organization are always considered as desirable situations regardless of the type of business, especially when employees continue to stay in the same organization (Sekiguchi and Huber, 2011, p.35).

3. Method

The main purpose of this study is to determine the effect of job engagement on person-organization fit. In addition, the effects of dimensions of the job engagement on person-organization fit will be examined.

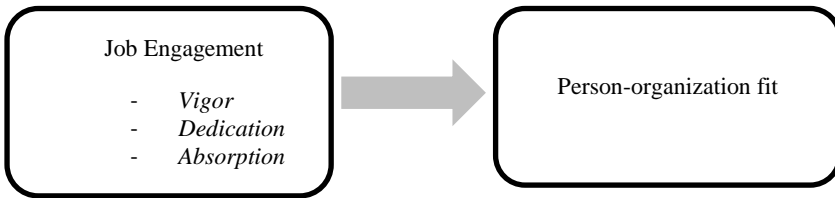


Figure 1. Research model

The hypotheses that will be tested in the framework of this model are listed below:

H₁: Job engagement has an essential impact on person-organization fit.

H_{1a}: Vigor has an essential impact on person-organization fit.

H_{1b}: Absorption has an essential impact on person-organization fit.

H_{1c}: Dedication has an essential impact on person-organization fit.

The population of the research includes bank employees in Kayseri. According to the Banks Association of Turkey, the number of bank employees in Kayseri is 2264 (<https://bit.ly/31Smecp>; Access date: 20.02.2019). Convenience sampling method has been used in the research. In this method, individuals have been asked to fill the

questionnaire forms in order to collect data, then all responds have been included to the sampling. 330 questionnaires have been analyzed in this context.

Questionnaire form has been used as data gathering method in the research. The questionnaire has consisted of two parts. In the first part, there are expressions regarding the concepts of job engagement and person-organization fit. In the second part, there are some questions to determine the demographic characteristics of the participants. Likert scale with five expressions has been used in the research. (1= Strongly disagree, 2= Disagree, 3= Neither agree nor disagree, 4= Agree, 5= Strongly agree)

In the research, a scale including 4 expressions and one dimension developed by Netemeyer et al. (1997) has been used to measure person-organization fit. One of the items in the scale is that "I think that the value of the organization I work are compatible with my personal value". Cronbach's Alpha value of the scale has been determined as $\alpha=0,926$. The scale which has been used is Utrecht Work Engagement Scale (UWES) by Schaufeli et al. (2002) for job engagement, the scale has consisted of 17 expressions. Six of them have measured the vigor dimension (for instance, "I get full of energy while working"), six have measured the absorption dimension (for instance, "I lose myself while working"), and other five expressions have measured the dedication dimension (for instance, "I think that my job is meaningful and it serves a purpose"). Cronbach's Alpha value of the scale has been determined as $\alpha=0,921$. Cronbach's Alpha value of vigor has been determined as $\alpha=0,855$ while that value has been $\alpha=0,823$ for absorption and $\alpha=0,917$ for dedication.

4. Data Analysis and Results

The findings related to demographic characteristics (age, gender, marital status, education level, professional experience, working time in the institution, etc.) are given in Table 1.

Gender	n	%
Female	139	42,1
Male	191	57,9
Marital status	n	%
Married	104	31,5
Single	226	68,5
Age	n	%
17-25	29	8,8
26-35	175	53,0
36-45	120	36,4
46-55	6	1,8
Education	n	%
Associate's Degree	42	12,7
Undergraduate Degree	254	77,0
Master's Degree	33	10,0
Doctorate	1	0,3
Professional experience	n	%
0-5 years	74	22,4
6-10 years	134	40,6

11-15 years	88	26,7
16-20 years	22	6,7
21 years and more	12	3,6
Working period (within the company)	n	%
0-5 years	120	36,4
6-10 years	113	34,2
11-15 years	79	23,9
16-20 years	13	3,9
21 years and more	5	1,5

Table 1: Participant demographics

It is seen that in Table 1, 42,1 % of the participants are woman and 57,9 % are man. Considering the distribution by age, 8.8% (29 people) of the participants are between the ages of 17-25, 53% (175 people) are between 26-35; 36.4% (120 people) are between the ages of 36-45 and 1.8% (6 people) are 46-55. Accordingly, the majority of the participants (53%) are between the ages of 26-35. When the marital status of the participants is considered, it is seen that majority of them (68.5%) are married. It can be said that the male participants are predominant and most of the participants are young employees in the research. According to the educational status of the participants, a table with high graduate education level has appeared with 12,7 % associate degree, 77 % undergraduate, 10% graduate and 1 person has doctorate degree. When the working period has been detailed, 36,4 % of the sampling are within the first five years in the organization where they work. 40,6 % of the sampling have consisted of employees who have experience between 6-10 years at work in terms of professional experience. This situation can be interpreted that the participants are mostly composed of employees who have just met their professional life.

Correlation analysis was conducted to analyze the relationships between person-organization fit and work engagement variables in the research model. The results are shown in Table 2.

Variables	1	2	3	4	5
1. Job Engagement	(0,921)				
2. <i>Vigor</i>	,861**	(0,855)			
3. <i>Absorption</i>	,815**	,529**	(0,823)		
4. <i>Dedication</i>	,871**	,665**	,548**	(0,917)	
5. Person-Organization Fit	,543**	,511**	,300**	,570**	(0,926)
**Correlation is significant at $p < 0.01$ degree					

Table 2: Correlation coefficients for variables

It was determined that there was a strong ($p < 0.01$) relationship between the variables. There was a strong positive ($r = 0.543$, $p < 0.01$) relationship between work engagement and person-organization fit. In addition, a strong positive correlation was found between the sub-dimensions of job engagement and person-organization fit (*vigor*; $r = 0.511$, $p < 0.01$; *absorption*; $r = 0.300$, $p < 0.01$; *dedication*; $r = 0.570$, $p < 0.01$).

Regression analysis has been conducted to test the research hypotheses and to determine the effect of job engagement on person-organization fit. The results are shown in Table 3.

Independent variable	Dependent variable	R	R ²	B	F	t	p
Job engagement	Person-organization fit	,543	,295	,796	136,925	2,93	,000

Table 3: The results of regression analysis that shows the effect of job engagement on person-organization fit

The results of regression analysis that shows the effect of job engagement on person-organization fit have been detailed in the Table 3. According to ANOVA results that evaluates the validity and relevance in regression analysis, F value has been calculated as 136,925 and its relevance value has been determined as $p=0,000$ at 5 % relevance level. While R value has been calculated as 0,543 that shows the relation between job engagement and person-organization fit, R² value has been determined as 0,295 that is the explanation of independent variable for dependent variable. As a result of this, 29,5 % of the change in the person-organization fit can be explained by job engagement. The model that tries to determine the effect of job engagement on person-organization fit is significant ($R^2=0,295$; $F=136,925$). That's why, H₁ hypothesis has been accepted.

Variable	B	Standard error	Beta	t	p	Tolerance Value	VIF
Constant	,717	,157		4,559	,000	2,93	,000
Vigor	,348*	,082	,261	4,239	,000	,518	1,929
Absorption	-,105	,073	-,079	-1,447	,149	,651	1,536
Dedication	,477*	,068	,440	7,046	,000	,504	1,985
R ² =0,360 Regulated R ² =0,354 Durbin Watson=1,757 F=61,173 * $p<.05$ (Dependent variable: Person-organization fit)							

Table 4: The results of regression analysis that shows the effect of sub-dimensions of job engagement on person-organization fit

The results of multiple regression analysis that shows the effect of sub-dimensions of positive job engagement on person-organization fit have been detailed in the Table 4. According to ANOVA results that evaluates the validity and relevance in regression analysis, F value has been calculated as 61,173 and its relevance value has been determined as $p=0,000$ at 5 % relevance level. While R value has been calculated as 0,600 that shows the relation between job engagement and person-organization fit, R² value has been determined as 0,360 that is the explanation of independent variable for dependent variable. As a result of this, 36 % of the change in the person-organization fit can be explained by sub dimensions of job engagement. The model that tries to determine the effect of sub dimensions of job engagement on person-organization fit is significant ($R^2=0,360$; $F=61,173$). The dimension among the three sub-dimensions is engagement that describes the person-organization fit in a maximum level. When B coefficient of the

engagement dimension is compared with other independent variables, it is higher and more significant ($\beta=0,477$; $p<0.05$).

In terms of sub-dimensions, the effect of the absorption variable on person-organization fit is not statistically significant ($\beta=-0,105$). That's why, H_{1b} hypothesis has been refused. B coefficient that shows the effect of vigor on person-organization fit is 0,348 and its relevance value has been determined as $p=0,000$ at 5% relevance level ($\beta=0,348$; $p<0.05$). That's why, H_{1a} hypothesis has been accepted. B coefficient that shows the effect of dedication on person-organization fit is 0,477 and its relevance value has been determined as $p=0,000$ at 5% relevance level ($\beta=0,477$; $p<0.05$). That's why, H_{1c} hypothesis has been accepted.

Discussion and Conclusion

In this study, the effect of job engagement on person-organization fit has been examined. Accordingly, job engagement affects person-organization fit and there is a positive relationship between them. As the level of job engagement of individuals increases / decreases within the scope of the research sample, the level of person-organization fit increases / decreases, too. This study is also compatible with the studies of Memon et al. (2018), Peng et al. (2014) and Yiluzar (2016). In all three studies, significant positive relationships have been found between job engagement and person-organization fit. According to the results of another regression analysis, no significant relationship has been found between the dimensions of job engagement and person-organization fit. This result is different from the results of Yiluzar (2016)'s study. The reason can be explained as the sample consists of bank employees. Banking is one of the profession groups that works at an intense pace and faces financial risks during the day (Ok, 2016). For this reason, it is possible that absorption is perceived as a professional requirement rather than a dimension of job engagement for some employees. Although the absorption dimension is higher than the others, the low level of job engagement of bank employees cannot be effective on both decrease or increase of person-organization fit. Therefore, it is clear that absorption does not have any effect on person-organization fit. Although no significant relation can be determined between absorption and person-organization fit in the research, the dimensions of vigor and dedication affect the person-organization fit and there is a positive relationship between them. This result is associated with Yiluzar (2016)'s study. In the related study, there is a positive and meaningful relationship between vigor and dedication dimensions and person-organization fit.

Limitations and Recommendations

Within the scope of the research, the implementation of the questionnaire on bank employees has provided convenience in terms of accessibility and alternative. In addition, it has taken extra effort for the employees to find the appropriate time to answer the questions and to give their focus to the questions completely during the process because the bank employees have worked intensively in shifts in some branches. The return of the questionnaires has been mostly late and/or incomplete since the bank employees who have worked in shifts. Therefore, different professional groups can be included to the sample in the future. In addition to the questionnaire method, different results can be obtained by supporting the interview method. The variables used in the research can be examined together with different variables or different variables or an intermediate variable can be added to the research model.

Employees adopt the identity, culture, management style, values, goals and objectives of their organization makes them feel as an important part of that organization.

Therefore, the management style, organizational culture, organizational processes, nature, importance and outcome of the job should be clearly stated to the employees by the managers. Thus, the job engagement and person-organization fit of employees will increase. Also, it can be recommended to managers they are more likely to follow an effective way employed in the recruitment processes and in the subsequent orientation trainings in order for employees to improve their adaptability to the organization and their dedication to their work.

REFERENCES

- BAYRAMLIK, H., BAYIK, M. E., & GÜNEY, G. (2015). Kişi-örgüt uyumunun iş tatmini üzerine etkisi: Ankara ilinde iş makineleri sektörü işgörenleri üzerinde bir uygulama. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 25(2), 1-28.
- CABLE, D. M., & DERUE, D. S. (2002). The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 875-884.
- CHATMAN, J. A. (1989). Improving interactional organizational research: A model of person-organization fit. *Academy of Management Review*, 14(3), 333-349.
- ÇALIŞKAN, S. (2014). Pozitif örgütsel davranış değişkenleri ile yeni araştırma modelleri geliştirme arayışları: Pozitif örgütsel davranış değişkenlerinin işe adanmışlık, tükenmişlik ve sinizm üzerine etkileri ve bu etkileşimde örgütsel adalet algısının aracılık rolü üzerine B. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 363-382.
- GENÇ, E. (2020). Kişi-örgüt uyumunun işle bütünleşme üzerindeki etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 3110-3123.
- GONZÁLEZ-ROMÁ, V., SCHAUFELI, W. B., BAKKER, A. B., & LLORET, S. (2006). Burnout and work engagement: Independent factors or opposite poles? *Journal of Vocational Behavior*, 68(1), 165-174.
- HALBESLEBEN, J. R. B. (2011). The consequences of engagement: The good, the bad, and the ugly. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(1), 68-73.
- HALBESLEBEN, J. R. B., HARVEY, J. B., & BOLINO, M. C. (2009). Too engaged? A conservation of resources view of the relationship between work engagement and work interference with family. *Journal of Applied Psychology*, 94, 1452-1465.
- HAMID, S.N.A. & YAHYA, K.K. (2011). Relationship between person-job fit and person-organization fit on employees' work engagement: A study among engineers in semiconductor companies in malaysia. *International Journal of Finance and Management*, 1(3), 185-199.
- HARTER, J. K., SCHMIDT, F. L., & HAYES, T. L. (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of applied psychology*, 87(2), 268-279.
- IRAK, D. U. (2012). İşyerinde birey-çevre uyumu: Kuramsal yaklaşımlar ve örgütsel psikolojideki yeri. *Türk Psikoloji Yazıları*, 15(30), 12-22.
- KAHN, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- KILIÇ AKINCI, S. (2018), Influence of person-organisation-fit on work engagement through enhanced job satisfaction: Test of Social Identity Theory, *BMIJ*, 6 (3), 315-330
- KRISTOF, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1-49.
- KRISTOF-BROWN, A. L., ZIMMERMAN, R. D., & JOHNSON, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: a meta-analysis of person - job, person -

organization, person - group, and person - supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58(2), 281-342.

MACEY, W. H., & SCHNEIDER, B. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 3-30.

MEMON, M. A., SALLEH, R., NORDIN, S. M., CHEAH, J. H., TING, H., & CHUAH, F. (2018). Person-organisation fit and turnover intention: the mediating role of work engagement. *Journal of Management Development*, 37(3), 285-298.

NETEMEYER, R. G., BOLES, J. S., MCKEE, D. O., & MCMURRIAN, R. (1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context. *Journal of marketing*, 61(3), 85-98.

OK, S. (2016). Banka çalışanlarının tükenmişlik düzeylerinin iş doyumunu, rol çatışması, rol belirsizliği ve bazı bireysel özelliklere göre incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(21), 57-67.

O'REILLY III, C. A., CHATMAN, J., & CALDWELL, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.

ÖZKALP, E., & MEYDAN, B. (2015). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan işe angaje olma ölçeğinin Türkçe'de güvenilirlik ve geçerliliğinin analizi. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 17(3), 1-19.

PENG, J., LEE, Y. & TSENG, M. (2014). Person-organization fit and turnover intention: exploring the mediating effect of work engagement and the moderating effect of demand-ability fit. *The Journal of Nursing Research*, 22(1), 1-11.

RICH, B. L., LEPINE, J. A., & CRAWFORD, E. R. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. *Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635.

SAKS, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.

SAKS, A. M. (2008). The meaning and bleeding of employee engagement: How muddy is the water? *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 40-43.

SCHAUFELI, W. B., SALANOVA, M., GONZÁLEZ-ROMÁ, V., & BAKKER, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.

SCHNEIDER, B. (1987). The people make the place. *Personnel psychology*, 40(3), 437-453.

SHUCK, M. B., & WOLLARD, K. K. (2013). A historical perspective of employee engagement: An emerging definition. M. S. Plakhotnik, S. M. Nielsen, & D. M. Pane (Eds.), *Proceedings of the Eighth Annual College of Education & GSN Research Conference* (p. 133-139). Miami: Florida International University.

SEKIGUCHI, T., & HUBER, V. L. (2011). The use of person-organization fit and person-job fit information in making selection decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 116(2), 203-216.

VAN VIANEN, A. E. (2018). Person-environment fit: A review of its basic tenets. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 75-101.

VARDAMAN, J. M.; Allen, D. G.; Renn, R. W.; Moffitt, K. R. (2008). *Should I stay or should I go? The role of risk in employee turnover decisions. Human Relations*, 61(11), 1531-1563.

YILDIZ, M. L. (2013). Algılanan kişi-örgüt uyumu, tanınırlık, imaj, örgütsel çekicilik ve işe başvurma niyeti arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 34(1), 153-173.

YILUZAR, H. (2016). *Kişi-örgüt uyumu ile işe adanmışlık ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Özet

Kaynakların verimli ve stratejik bir şekilde kullanılması, örgüt üyelerinin hedeflere ilişkin doğru bir şekilde bilgilendirilmesi, bu doğrultuda yönlendirilmesi ve koordine edilmesi gibi, çok çeşitli sorumluluklar içeren yönetimin en önemli ve esas kaynağı insandır. Dolayısıyla, insan kaynakları yönetiminin niteliği ve verimliliği, örgütlerin geleceği için belirleyici faktörler arasında bulunmakta ve büyük önem arz etmektedir. Ekonominin en değerli kaynağı olan insan; bulunduğu örgütte, çevresinde ve endüstride büyük farklar yaratabilme potansiyeline sahip bir kaynaktır. Bu farkları birbirinden ayıran faktörlerden biri de çalışanların işe adanmışlığıdır. İşe adanmışlık kavramı, tarihi çok eskilere dayanmamakla birlikte; insan kaynakları, yönetim, kişisel gelişim ve kariyer planlaması gibi alanları yakından ilgilendirmekte, işveren ve çalışan için oldukça kritik noktalara değinmektedir. Örgütlerin hızlı değişimlerin yaşandığı yoğun bir rekabet ortamı içinde başarılı olarak varlıklarını sürdürebilmeleri için sahip oldukları insan kaynaklarının amaç, hedef ve değerleri ile örgütün değerlerinin uyumlu olması gerekmektedir. Kişi-örgüt uyumu olarak adlandırılan bu durum, değişimlere ayak uydurabilmek için iş gücünü esnek tutmak ve onların örgütsel bağlılıklarını sürdürmek gibi konular açısından önem arz etmektedir. İşe adanmışlık ve kişi-örgüt uyumu iki farklı kavram olmakla birlikte, birbirlerinden tamamen bağımsız değildir. Bu iki değişken birbirini etkileyebilen, kişilerin farkındalığı dahilinde olsun veya olmasın, davranışlarına yansiyabilen faktörlerdir. Bu çalışma kapsamında, işe adanmışlık ve alt boyutlarının (dinçlik, yoğunlaşma, adanmışlık), kişi-örgüt uyumu üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı işe adanmışlığın kişi-örgüt uyumu üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Kayseri ilindeki 330 banka çalışanı ile araştırma gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler üzerinde güvenilirlik analizleri, korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır. Cronbach's Alpha katsayıları yüksek güvenilirlik düzeyinde (0,823 ile 0,926 arasında) bulunmuştur ve dolayısıyla değişkenler arasındaki ilişkileri sağlıklı bir biçimde analiz edebilecekleri görülmüştür. Elde edilen veriler üzerinde yapılan korelasyon analizleri sonucunda değişkenler arasında güçlü düzeyde ($p<0,01$) ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşe adanmışlık ile kişi-örgüt uyumu arasında güçlü düzeyde pozitif yönlü ($r= 0,543$, $p<0,01$) ilişki ortaya çıkmıştır. İşe adanmışlık ve işe adanmışlığın alt boyutlarından olan dinçlik, yoğunlaşma ve adanmışlık ile kişi-örgüt uyumu arasında güçlü düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (dinçlik; $r=0,511$, $p<0,01$; yoğunlaşma; $r=0,300$, $p<0,01$; adanmışlık; $r=0,570$, $p<0,01$). Buradan hareketle, işe adanmışlık düzeyi arttıkça kişi-örgüt uyumunun da arttığı veya tam tersi durumda işe adanmışlık düzeyi azaldıkça kişi-örgüt uyumunun azaldığı sonucuna varılmıştır. Aynı durumun, işe adanmışlığın alt boyutları için de geçerli olduğunu belirtmek doğru olacaktır. Yapılan regresyon analizlerine göre, araştırma örnekleminde işe adanmışlığın kişi-örgüt uyumu üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda işe adanmışlığın ve boyutlarından dinçlik ve adanmışlığın kişi-örgüt uyumu üzerinde anlamlı bir etkisi varken, yoğunlaşmanın kişi-örgüt uyumu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı bulunmuştur. Yoğunlaşmanın kişi-örgüt uyumu üzerinde etkisinin olmamasının nedeni olarak araştırma yapılan örneklem grubunun banka çalışanlarından oluşması gösterilebilir. Bankacılık sektörünün yapısı gereği yoğunlaşmanın, kimi çalışanlar için işe adanmışlığın bir boyutu olmaktan ziyade, mesleki bir gereklilik olarak algılanmış olması mümkündür. Bu durumda, yoğunlaşmanın kişi-örgüt uyumu üzerinde herhangi bir etkisi olmaması oldukça anlaşılabilir bir durumdur.

Araştırma kapsamında anket uygulamasının banka çalışanları üzerinde yapılması; ulaşılabilirlik ve alternatif açısından kolaylık sağlamıştır. Bunun yanında, banka çalışanları yoğun ve bazı şubelerde vardiyalı olarak çalıştıkları için, araştırmanın anket uygulama sürecinde çalışanların soruları yanıtlamak için uygun zaman bulmaları ve odaklarını tamamen sorulara verebilmeleri ekstra çaba gerektirmiştir. Ayrıca vardiyalı banka çalışanlarının bulunduğu şubelerde, uygulanan anketlerin geri dönüşleri çoğunlukla geç ve/veya eksik şekilde olmuştur. Dolayısıyla gelecekteki çalışmalarda farklı meslek grupları örnekleme dahil edilebilir. Çalışma anket yönteminin yanı sıra mülakat yöntemi ile desteklenerek farklı sonuçlar elde edilebilir. Araştırmada kullanılan değişkenler farklı değişkenlerle birlikte incelenebilir veya araştırma modeline farklı değişkenler veya aracı bir değişken eklenebilir.

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak araştırmacılara ve yöneticilere birtakım öneriler geliştirilebilir. Çalışanların, örgütlerini iyi tanımaları, örgütün kimliğini, kültürünü, yönetim tarzını, değerlerini, amaç ve hedeflerini benimsemeleri, kendilerini o örgütün önemli bir parçası olarak hissetmelerini sağlar. Bu nedenle örgütteki yönetim tarzı, örgüt kültürü, örgütsel süreçler, işin özellikleri, önemi ve sonuçları yöneticiler tarafından çalışanlara açık bir şekilde ifade edilmelidir. Böylece çalışanın işe adanmışlık düzeyi ve kişi-örgüt uyumu artacaktır. Ayrıca yöneticilere, çalışanların kişi-iş uyumlarını ve işe adanmışlıklarını geliştirmeleri için işe alımlarda ve sonraki eğitim süreçlerinde bunu sağlayabilecek etkili yöntemler uygulamaları önerilebilir.

Eski S.S.C.B. Ülkelerinin Ekonomik Özgürlük Endekslerinin SD ve CoCoSo Yöntemleri ile Analizi

Çağatay KARAKÖY*, Nisa ER ÇAKMAKTEPE**, Alptekin ULUTAŞ***

Öz

Sovyetler Birliği'nde 1989 yılından başlayarak 1990'lı yıllara uzanan, ekonomik ve siyasal anlamda büyük bir değişim olmuştur. Değişim sonucunda bağımsızlığını kazanan birçok ülke siyasal ve yapısal anlamda serbest piyasa ekonomisine geçiş süreciyle karşı karşıya kalmışlardır. Çalışmaya konu olan 14 ülkede geçiş süreci sancılı başlamıştır. Yapısal reformların ekonomik özgürlüklerle desteklenmesi gerekliliği söz konusu ülkelerin süreci farklı yaşamalarına sebep olmuştur. Geçisi erken tamamlayan Baltık ülkeleri ve Doğu Avrupa ülkeleri serbest piyasa ekonomisinde diğerlerine göre süreci daha başarılı yönetmişlerdir. 2020'li yıllara gelindiğinde ekonomik özgürlükler konusunda Güney Kafkas ve Orta Asya ülkelerinin de büyük ilerleme kat etmeleri söz konusu ülkelerin incelenmesinin gerekliliğini ortaya koymuştur. Genel amaç ülkelerin ekonomik anlamda ilerleme kat ederken ekonomik özgürlük kriterlerinde ne düzeyde olduklarını analiz etmektir. On iki ekonomik özgürlük kriteri göz önüne alınarak, en başarılı ülkenin hangisi olduğu analizlerle değerlendirilmiştir. Bu çalışmada Heritage Vakfı'nın yayınlamış olduğu raporda ekonomik özgürlük endeksleri 2020 yılı verileri için SD (Standart Sapma) ve CoCoSo (Birleşik Uzlaşma Çözümü) yöntemlerinden oluşan bir ÇKKV (Çok Kriterli Karar Verme) modeli, SSCB (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği)'den ayrılan 14 ülkenin endeksinin analizinde kullanılmıştır. SD yöntemi ile kriter ağırlıkları elde edilmiştir. Yöntemin sonucuna göre en önemli kriter Finansal Özgürlük kriteri olarak belirlenmiştir. CoCoSo yöntemi ile ülkeler değerlendirilmiştir. Yöntemin sonucuna göre ekonomik özgürlük endeksi açısından performansı en iyi olan ülke Gürcistan olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Özgürlük İndeksi, CoCoSo, SD, ÇKKV, Eski SSCB Ülkeleri.



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 16.03.2021

Kabul/Accepted: 05.07.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.897535>

* Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Sivas, Türkiye, E-posta: ckarakoy@cumhuriyet.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9072-3963>

** Öğr. Gör., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Gürün Meslek Yüksekokulu, Sivas, Türkiye,
E-posta: ner@cumhuriyet.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2206-4112>

*** Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Sivas, Türkiye, E-posta: aulutash@cumhuriyet.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8130-1301>

Analysis of Economic Freedom Indexes of the Former USSR Countries with SD and CoCoSo Methods

Abstract

There has been a great economic and political change in the Soviet Union starting from 1989 and extending to the 1990s. Many countries that gained their independence as a result of the change faced the process of transition to a free market economy in political and structural terms. The transition process in the 14 countries that are the subject of the study has started with pain. The necessity of supporting structural reforms with economic freedoms caused the countries in question to experience the process differently. Baltic countries and Eastern European countries, which completed the transition early, managed the process more successfully than others in the free market economy. When it comes to the 2020s, the South Caucasus and Central Asian countries have made great progress in terms of economic freedoms, revealing the necessity of examining these countries. The general aim is to analyze which level of economic freedom criteria of countries while making progress in economic terms. Considering the twelve economic freedom criteria, which country is the most successful has been evaluated through analysis. In this study, in the report published by the Heritage Foundation, an MCDM (Multi Criteria Decision Making) model consisting of SD (Standard Deviation) and CoCoSo (Combined Compromise Solution) methods for the 2020 data of economic freedom indices was used in the analysis of the index of 14 countries that left the USSR (Union of Soviet Socialist Republics). Criteria weights were obtained by the SD method. According to the results of the method, the most important criterion was determined as the Financial Freedom criterion. Countries were evaluated with the CoCoSo method. According to the results of the method, the country with the best performance in terms of economic freedom index was determined as Georgia.

Keywords: Economic Freedom Index, CoCoSo, SD, MCDM, Former USSR Countries.

1. Giriş

İktisat literatüründe kurumsal yapının önemini ortaya koyan birçok çalışma vardır. Özellikle Adam Smith'ten günümüze devletin ekonomi üzerindeki etkilerinin hangi düzeyde olması gerektiği tartışmaları süre gelmiştir. Kurumsal yapının içerisinde özgürlüklerin ne kadar önemli olduğu konusunda ortak bir görüşe ulaşmışlardır. Özgürlüklerin birçok tanımı olmasına rağmen sivil, siyasi ve ekonomik haklar bütününden oluştuğu bilinen bir gerçektir. Ekonomik özgürlük kavramı bir ülke içinde yaşayan bireylerin ve ekonomik faaliyeti olan işletmelerin devlet sınırlaması ile en az düzeyde karşılaşarak ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirebilmelerini ifade eder. Bir ülkede ekonomik özgürlük seviyesi ne kadar yüksek olursa o ülkede gerçekleşen üretim, tüketim ve yapılan yatırımlar o denli serbest olmaktadır. Devlet müdahalesinin az olması yabancı sermayeyi o ülkeye çekecek ve yatırımların fazla olmasını sağlayacaktır. Buna bağlı olarak o ülkede istihdam artışı ve ekonomik refah beklenebilir. Tersine bir durum olan ekonomik özgürlük seviyesinin düşük olması söz konusu ülkelerde sınırlı sermaye girişi, ekonomik büyümenin az olması, finansal piyasalarda güvensizlik sonuçlarını beraberinde getirmektedir. Buna göre ekonomik özgürlük seviyesi ile ekonomik kalkınma arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur.

Serbest piyasa ekonomisi savunucuları uluslararası sermaye hareketlerinin dünya üzerinde özgürce dolaşmasının önemi üzerinde durmuşlardır. Uluslararası şirketler, küresel ticari hareketlerinde ekonomik özgürlüklerine müdahale edilmesini istemezler. Bu süreç hem yatırımları hem de riski dağıtmakta şirketler için önem arz etmektedir. Özgürce hareket edebilen şirketler yatırım yaptıkları ülkelerin uluslararası arenada doğru politikalar üretmesine destek verebilirler(Türen vd. 2011).

1980'lerin sonu ve 1990'ların başı dünya üzerinde çok önemli siyasal ve ekonomik değişimlere sahne olmuştur. Almanya'da meydana gelen bloklaşmanın ortadan kalkması ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin dağılmasıyla, sahneye birçok ülke çıkmıştır. Söz konusu devletler kendilerini birden serbest piyasa ekonomisinin içinde bulmuşlardır. Siyasal, yapısal ve sosyokültürel problemlerle karşıya kalan ülkelerin, bir kısmı süreci diğerlerinden daha önce tamamlamışlardır. Özellikle eski SSCB ülkeleri Güney Kafkas ve Orta Asya ülkeleri için süreç sancılı geçmiştir. Baltık ülkeleri ve Doğu Avrupa ülkelerinde ise liberalizm etkisini daha çabuk göstermiş Avrupa ülkeleri ile ekonomik ve siyasal iş birliği içerisine girmişlerdir. (Uzun. vd.2012). Doğu Bloğunda "glasnost" (açıklık) ve "perestorika" (yeniden yapılanma) uygulamaları ile sosyo-ekonomik yaşam ıslah edilmeye çalışılmış ve geçiş sürecini devam etmiştir. Çalışmaya konu olan 14 ülke liberalizm ve açıklık kavramları ile dışa yönelmeye başlamışlardır. Ürün ve hizmet hareketleri üzerinde hiçbir kısıtlama olmadan uluslararası ticaretin artırımına yönelik çalışmalar yapmışlardır. Fakat geçiş sürecinde özel kesimin ortaya çıkması ile siyasal anlamdaki problemleri daha da artış göstermiştir bazı ülkelerde süreç totaliter yönetim tarzına dönüşmüş bazılarında ise serbest piyasa ekonomisi koşullarını dikkate alınarak özel kesimin büyümesi ile sonuçlanmıştır. Bu açıklamalar ışığında SSCB'den ayrılan 14 ülkeni 50n ekonomik liberalizasyonu gerçekleştirebilmeleri için kurumsal yapısının, ekonomik özgürlüklerle desteklenesi gerekliliği bilinen bir gerçektir. Dolayısıyla çalışmada söz konusu süreç içerisinde hangi ülkelerin yapısal reformları ekonomik özgürlüklerde destekleyerek ilk sıralarda oluşunu belirlemek amaçlanmıştır.

Dünya'da ülkelerin ekonomik özgürlük endekslerini farklı kriterle ölçen çok sayıda kuruluş vardır. Bunlardan en çok kabul görenleri Fraser Enstitüsü ile Heritage Vakfı'nın raporlarıdır. Bu çalışmada Heritage Vakfının yapmış olduğu 12 değişkenli endeks kullanılmıştır. SSCB'nin dağılmasıyla bağımsızlığını kazanan ülkelerin ekonomik özgürlük endeksleri Standart Sapma (SD) ve Birleşik Uzman Çözümü (CoCoSo) yöntemleri ile analiz edilmiştir. Sınırlı sayıda alternatiflerin ve kriterlerin karşılaştırılmasında kullanılan Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV), yöntemi her alternatifin tüm kriterlerdeki performanslarının kapsamlı bir şekilde göz önünde bulundurulması yoluyla karar vericinin sıralama yapmasına ve sonrasında verimli kararlar almasına yardımcı olur (Fu vd. 2019, s.401). Bu çalışmada birden fazla kriterin olması ÇKKV yöntemini kullanılmasına olanak sağlamaktadır. CoCoSo yöntemi ÇKKV yöntemlerinden oldukça yeni bir yöntem olmasından dolayı, SD yönteminin ise az sayıda basit işlemle oluşması ve objektif verilerden faydalanmasından dolayı bu çalışmada tercih edilmiştir.

Literatürde ekonomik özgürlük endeksini inceleyen ve farklı analiz yöntemleri ile analiz eden çalışmalar vardır. Diğer çalışmalardan farklı olarak, bu çalışmada CoCoSo yöntemi kullanılmıştır. Bu yönüyle iki yönden literatüre katkı sağlamayı amaçlamıştır. İlk olarak CoCoSo yönteminin kullanımı ile ilgili Türkçe yayın sayısı azdır. İkinci olarak SD ve CoCoSo yöntemi ilk defa bu çalışmada birlikte kullanılmış olup orijinal bir çalışmadır.

Çalışmanın giriş bölümünde konunun önemine değinilmiş yapılan analizlerin neden yapıldığı ortaya konmuştur. İkinci olarak literatürde şimdiye kadar yapılan çeşitli çalışmalar incelenmiş ve yöntemleri değerlendirilmiştir. Üçüncü olarak metodolojiye yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ülkelerin ekonomik özgürlük endeksi performansları değerlendirilmiştir. Beşinci bölümde çalışmanın tartışma kısmı yer almaktadır. Son olarak çalışmanın uygulama sonuçları ve genel değerlendirme yapılmıştır.

2. Literatür Araştırması

Çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan CoCoSo yöntemi yeni geliştirilmiş olup bu yöntemi kullanan yayın sayısı oldukça azdır. Tablo 1. CoCoSo yöntemini kullanan çalışmaları özetlemektedir.

Yazarlar	Çalışma	Yöntem	Yıl
Yazdani vd.	ÇKKV yöntemlerinden CoCoSo'nun avantajı, Fransa örneği	CoCoSo	2019
Yazdani vd.	Madrid'te bir inşaat firmasının tedarikçilerinin performansını ölçmek	CoCoSo-G	2019
Zolfani vd.	Çelik evye üreten bir fabrikada tedarikçi seçimi yapmak	BWM ve CoCoSo	2019
Barua vd.	Hibrit doğal elyaf takviyeli Nano-Sic parçacıklarının mekanik özelliklerin incelenmesi	Taguchi ve CoCoSo	2019
Wen vd.	Tıbbi ilaç için soğuk zincir lojistiği tedarikçilerin değerlendirilmesi	SWARA ve CoCoSo	2019
Ecer vd.	OPEC ülkelerinin sürdürülebilirlik performansının değerlendirilmesi	CoCoSo ve MADM	2019
Ulutaş vd.	Sivas İli lojistik merkezi için yer seçimi	Fuzzy SWARA ve CoCoSo	2020
Özdağoğlu vd.	Türkiye'deki üniversitelerin akademik performansa göre değerlendirilmesi	CoCoSo ve MARCOS	2020
Torkayesh vd.	G7 'de yer alan yedi gelişmiş ülkedeki sosyal sürdürülebilirlik performansını, Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) veri setinden alınan gerçek verilere dayanılarak değerlendirilmesi	CRITIC, Shannon's Entropi, CoCoSo	2021a
Alrasheedi vd.	Üretim sektöründe yeşil büyümenin göstergelerini sürdürülebilir üretime sıralamak ve değerlendirmek	IVIF, CoCoSo	2021
Torkayesh vd.	Doğu Avrupa'daki sağlık sektörlerinin değerlendirilmesi	BWM, LBWA, CoCoSo	2021b
Ecer	Elektrikli araçların performans değerlendirilmesi	SECA, MARCOS, MAIRCA, ARAS, COPRAS, CoCoSo	2021

Tablo 1: CoCoSo Yöntemiyle Yapılan Çalışmalar

Literatürde SD (Standard Deviation) yöntemi çok yaygın kullanılmaktadır. Güncel olan bazı çalışmalar Tablo 2. de belirtilmiştir.

Yazarlar	Çalışma	Yöntem	Yıl
Güven & Yaşar	Toplam kalite yönetimin ve işletmeler için öneminin değerlendirilmesi	SD, Kİ KARE ve U TESTİ	2017
Apan & Öztel	İşletmelerin ölçek bazında finansal performansını belirlemek	PROMETHEE, Entropi, CRITIC, SD	2018
Kioni vd.	Beton binalar için en uygun onarım malzeme seçimi	SD, D-DLM ve VİKOR	2018
Ulutaş & Karaköy	G-20 ülkelerinin lojistik performansı endeksinin sıralanması	SD ve WASPAS	2019
Santhi & Ananthanarayanan	Bulanık maliyet atama problemi çözümü	SD ve Macar algoritması	2020
Murat, D.	OECD üyesi ülkelerde 'Daha İyi Yaşam Endeksi' verilerinin değerlendirilmesi	SD, MW, Entropi, CRITIC	2020
Işık, Ö.	Banka performansını belirlemek	SD, MABAC, WASPAS	2020

Tablo 2: SD Yöntemiyle yapılan çalışmalar

Ekonomik özgürlük endeksine ilişkin literatürde pek çok çalışma mevcuttur. Çalışmaların güncel olanları Tablo 3'te belirtilmiştir.

Yazarlar	Çalışma	Yöntem	Yıl
Şahin, D.	2004- 2014 yılları arasında seçilen gelişmiş 20 ülkenin Heritage Vakfı'nın Endeksi kullanılarak ekonomik özgürlük ile yolsuzluk ilişkisinin analizi	Panel veri analizi	2017
Gövdeli, T.	BRICST ülkelerinin 1995- 2016 yılları arasındaki Heritage vakfı endeksi kullanılarak ekonomik büyüme ile turizm geliri ilişkisinin analizi	Konya Bootstrap Nedensellik Analizi	2018
Erilli, N.	Heritage vakfının yapmış olduğu endekse alternatif yöntem sunulması	Bulanık kümeleme algoritması	2018
Karakuş & Gülden	OECD ülkelerinin 2018-2019 Heritage Vakfı endeksine göre analizi	Kümeleme analizi	2019
Diler, H.	Fraser Enstitüsü'nün endeksi kullanılarak Türkiye'de ekonomik büyüme ve enflasyonun, kurumlar vergisi üzerine etkisinin analizi	Zaman serisi ekonometrik analizi	2020
Altın, H.	Avrupa ülkelerinin Heritage vakfı endeksine göre analizi	ÇKKV	2020
Çoşkun vd.	2017 - 2020 yılları arasında seçilen 159 ülkenin girişimcilik ve ekonomik özgürlükleri arasındaki ilişkisinin analizi	Bulanık K-Ortalamalar	2021

Tablo 3: Ekonomik özgürlük endeksi kullanılarak yapılan çalışmalar

Tablo 3'te de görüleceği üzere ÇKKV yöntemlerini kullanan çalışma sayısı sadece bir tane olup o da Altın (2020) tarafından yapılmıştır. Altın (2020), çalışmasında Avrupa ülkelerinin Heritage Vakfı endeksi kriterlerine kullanarak ÇKKV yöntemiyle analizini yapmış ve elde ettiği sıralama sonuçlarıyla Ekonomik Özgürlük Endeksinin sonuçlarını Spearman Korelasyon yaklaşımı kullanarak karşılaştırmıştır. ÇKKV ile yaptığı analiz ile Ekonomik Özgürlükleri Endeksi sıralama sonuçları arasında pozitif yönlü kuvvetli bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Çoşkun vd. (2021) çalışmalarında BM tarafından yayınlanan iş bulma endeksi ile Heritage Vakfı'nın ekonomik özgürlük endeksi kullanılmıştır. Bu endekslerle seçilen 159 ülkenin 2017 - 2020 yılları arası olmak üzere ülkelerin girişimcilik ve ekonomik özgürlüklerine göre bulanık K-ortalamlar yöntemi ile kümelendirilmiş ve oluşan kümelerin ülke gelir grupları ile karşılaştırılması yapılmıştır. Sonuç olarak iş bulma kolaylığı ile ekonomik özgürlük endeksi arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Ekonomik özgürlükler endeksine ilişkin yapılan çalışmalarda pek çoğu istatistik ve ekonometri yöntemleri ile yapılmış olup, ÇKKV yöntemleri ile yapılmış çalışma azlığı dikkat çekmektedir. Ayrıca CoCoSo yöntemi çok yeni bir yöntem olduğundan iktisadi alandaki çalışma sayısı da çok sınırlıdır. Bu çalışma Ekonomik özgürlükleri değerlendirmek için CoCoSo yöntemini kullanan ilk çalışma olacaktır. Ayrıca bu çalışma literatürdeki iki araştırma boşluğunu doldurmayı amaçlamaktadır: İlk olarak CoCoSo yöntemi ile ilgili Türkçe makale sayısı az sayıdadır ve ikinci olarak SD yöntemi ile CoCoSo yöntemi daha önce literatürde birlikte kullanılmamıştır.

3. Metodoloji

Bu çalışmada Heritage Vakfı'nın yayınlamış olduğu raporda ekonomik özgürlük endeksleri 2020 yılı verileri için SD ve CoCoSo yöntemleri kullanılacaktır. SD yöntemi kriter ağırlıklarının bulunmasında CoCoSo yöntemi ise alternatiflerin sıralanmasında kullanılacaktır.

3.1 SD Yöntemi

Diakoulaki ve arkadaşları 1995 yılında SD yöntemini literatüre tanıttılar (Diakoulaki vd., 1995). Bu yöntem sayesinde kriterlerin objektif ağırlıkları bulunur. Bu yöntemin adımları aşağıda açıklanmıştır (Diakoulaki vd., 1995; Kılıç ve Çerçioğlu, 2016).

Adım 1: Karar matrisi (Y) düzenlenir.

$$Y = [y_{ij}]_{m \times n} \quad (1)$$

Adım 2: Normalizasyon işlemi ile değerler normalleştirilir. Faydalı kriterler için Eşitlik 2 kullanılırken, maliyet kriterleri için hesaplamalar Eşitlik 3 ile yapılır.

$$y_{ij}^* = \frac{y_{ij} - y_j^{\min}}{y_j^{\max} - y_j^{\min}} \quad (2)$$

$$y_{ij}^* = \frac{y_j^{\max} - y_{ij}}{y_j^{\max} - y_j^{\min}} \quad (3)$$

Adım 3: Son adımda kriterlerin objektif ağırlıkları Eşitlik 4 ile hesaplanır.

$$w_j = \frac{\sigma_j}{\sum_{k=1}^n \sigma_k} \quad (4)$$

Eşitlik 4'te gösterilen σ_j , j kriterine ait standart sapma değeridir ve aşağıdaki şekilde hesaplanır.

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum (y_j - \bar{y}_j)^2}{n}} \quad (5)$$

3.2. CoCoSo Yöntemi

CoCoSo yöntemi, Yazdani ve arkadaşları tarafından 2019 yılında geliştirilmiştir (Yazdani vd., 2019). CoCoSo yönteminin adımları aşağıda izah edilmiştir (Yazdani vd., 2019).

Adım 1: CoCoSo yöntemi karar matrisinin oluşturulmasıyla başlar. Karar matrisi Eşitlik 1'de gösterilmiştir.

Adım 2: Karar matrisi, Eşitlikler 2 ve 3 kullanılarak normalize edilir.

Adım 3: Ağırlıklı karşılaştırılabilir dizisinin toplamı (H_i) ile karşılaştırılabilir dizilerinin güç ağırlığı (G_i) hesaplanır.

$$H_i = \sum_{j=1}^n (w_j y_{ij}^*) \quad (6)$$

$$G_i = \sum_{j=1}^n (y_{ij}^*)^{w_j} \quad (7)$$

Adım 4: Bu değerler üç farklı birleştirme stratejisi ile birleştirilir. Bu birleştirme stratejileri Eşitlik 8, 9 ve 10'da gösterilmiştir.

$$t_{ia} = \frac{H_i + G_i}{\sum_{i=1}^m (H_i + G_i)} \quad (8)$$

$$t_{ib} = \frac{H_i}{\min H_i} + \frac{G_i}{\min G_i} \quad (9)$$

$$t_{ic} = \frac{\lambda H_i + (1-\lambda) G_i}{\lambda \max H_i + (1-\lambda) \max G_i} \quad (10)$$

Eşitlik 10'da yer alan λ denge değeri olup, genellikle 0,5 olarak belirlenir.

Adım 5: Alternatiflerin son performans skoru aşağıdaki denklem yardımıyla yapılır.

$$t_i = \sqrt[3]{t_{ia} t_{ib} t_{ic}} + \frac{t_{ia} + t_{ib} + t_{ic}}{3} \quad (11)$$

Eşitlik 11'de gösterilen t_i değeri i . alternatifin son performans skorunu göstermektedir ve en büyük t_i değerine sahip alternatif en iyi alternatif olarak belirlenir.

4. Uygulama

Bu çalışmada SSCB'den ayrılan 14 ülkenin ekonomik özgürlük endeksleri analiz edilecektir. Bu çalışmada değerlendirmeye alınan kriterler şu şekildedir:

- K1: Mülkiyet Hakları
- K2: Yargı Etkinliği
- K3: Vergi Yüğü
- K4: Devlet Bütünlüğü
- K5: Mali Sağlık
- K6: Devlet Harcamaları
- K7: Emek Özgürlüğü
- K8: İş Özgürlüğü
- K9: Ticaret Özgürlüğü
- K10: Parasal Özgürlük
- K11: Finansal Özgürlük
- K12: Yatırım Özgürlüğü

Kriterlerin tanımları şu şekilde açıklanmıştır:

Mülkiyet Hakları: Bir ülkedeki yasaların, bireylerin özel mülk edinmesine, elinde tutmasına ve kullanmasına ne ölçüde izin verdiğini ve bunları ne kadar güvence altına aldığını gösteren kriterdir. Ayrıca, devletin özel mülkiyeti kamulaştırma düzeyini de değerlendirir. Devletin özel mülkü kamulaştırma ihtimali ne kadar yüksekse, bir ülkenin puanı o kadar düşük olmaktadır. Bu kriterin puanı, tümü eşit ağırlıkta olan fiziksel mülkiyet hakları, fikri mülkiyet hakları, yatırımcı korumasının gücü, kamulaştırma riski ve arazi idaresinin kalitesi faktörlerinin ortalaması alınarak elde edilir.

Yargı Etkinliği: Devlet kurumları, hükümetler, siyasi partiler ve vatandaşlarda dâhil olmak üzere tüm özel, tüzel ve kamu kişilerinin haklarının adil bir yargı sistemi çerçevesinde korunma gücünü gösteren kriterdir. Eşit ağırlıkta olan yargı bağımsızlığı, yargı sürecinin kalitesi ve yargı kararlarında tarafsızlık faktörlerinin ortalaması alınarak hesaplanmaktadır.

Devlet Bütünlüğü: devlet kurumlarında ve karar alma mekanizmalarında rüşvet, haraç, adam kayırma, patronaj ve zimmete para geçirme gibi unsurların değerlendirildiği kriterdir. Düzensiz ödemeler ve rüşvetler, hükümet politikalarının şeffaflığı, yolsuzluğun

olmaması, yolsuzluk algısı ve kamu hizmetlerinde şeffaflık faktörlerinin ortalaması alınarak hesaplanmaktadır.

Vergi yükü: Hem kişisel hem de kurumsal gelir üzerindeki marjinal vergi oranlarının ve genel vergilendirme düzeyinin gayri safi yurtiçi hasıla içerisindeki payının yansıtıldığı bileşik bir kriterdir. Bireysel gelir üzerindeki en yüksek marjinal vergi oranı, kurumsal gelir üzerindeki en yüksek marjinal vergi oranı ve toplam verginin GSYİH içindeki yüzdesinin ortalaması alınarak belirlenmektedir.

Devlet harcamaları: Devlet tarafından yapılan tüketimi ve çeşitli yetkilendirme programlarıyla ilgili tüm transfer ödemelerini içeren bileşendir. Devlet harcamalarını puanlama ölçeği doğrusal değildir. GSYH içerisindeki oranı sifıra yakın devlet harcamaları çok yüksek puan alırken, GSYH'nın %30'unu geçen harcamalar ortalamasının altında, GSYH'nın %58'ini geçen harcamalar ise sıfır puan almaktadır.

Mali Sağlık: Kötü bütçe yönetiminden kaynaklanan cari açık ve devlet borç yükünün değerlendirildiği kriterdir. Mali sağlık hesaplanırken %80 oranında son üç yıla ait GSYH büyüme oranının ortalaması ve %20 oranında devlet borçlarının GSYH içindeki payı temel alınır.

İş Özgürlüğü: Kriterde, düzenleyici yasaların ve altyapının işletmelerin verimli çalışmasını ne ölçüde kısıtladığı değerlendirilmektedir. Puan, bir işletme faaliyetini başlatma, yürütme ve kapatma kolaylığını etkileyen bir dizi faktörden elde edilir. Kriter hesaplanırken World Bank's Doing Business datalarından elde edilen bir iş kurarken gerekli olan prosedürler, zaman, maliyet ve asgari sermaye faktörlerinin; lisans almak için gerekli prosedürler, zaman ve maliyet faktörlerinin; bir işletmeyi kapatırken gerekli olan zaman, maliyet ve geri kazanım oranı faktörlerinin; son olarak ise işletme faaliyetlerini yürütmek için gerekli olan elektriği alırken ortaya çıkan prosedürler, zaman ve maliyet faktörlerinin tümünün ortalaması alınır.

Emek Özgürlüğü: Bir ülkenin işgücü piyasasının yasal ve düzenleyici çerçevesinin çeşitli yönlerini, asgari ücretlerle ilgili düzenlemeleri, işten çıkarmaları engelleyen yasaları, kıdem tazminatı gerekliliklerini, işe alma ve çalışma saatleri ile ilgili ölçülebilir verilerden oluşturulan kriterdir. Kriter, asgari ücretin işçi başına katma değere ortalama katkısı, fazladan işçi çalıştırmanın engellenmesi, çalışma saatlerinin katılığı, gereksiz işçileri işten çıkarmanın zorluluğu, ihbar süresi, kıdem tazminatı ve iş gücüne katılım oranı faktörlerinin ortalaması alınarak belirlenir.

Parasal Özgürlük: Fiyatları çarpıtan çeşitli devlet faaliyetlerinin bir değerlendirmesi ile bir enflasyon ölçüsünü birleştiren kriterdir. Kriter son üç yılın ağırlıklı ortalama enflasyon oranı ve devletin doğrudan kontroller veya sübvansiyonlar yoluyla fiyatları manipüle etme derecesinin ortalaması alınarak belirlenir.

Ticaret Özgürlüğü: Mal ve hizmetlerin ithalatını ve ihracatını etkileyen tarife içi ve tarife dışı engellerin kapsamını ölçen bileşik bir kriterdir. Ticaret özgürlüğü puanı ticaret ağırlıklı ortalama tarife oranı ve tarife dışı engellerin niteliksel bir değerlendirmesi ile belirlenir.

Yatırım Özgürlüğü: Yatırım sermayesinin hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki kaynaklara aktarılmasının kolaylığını ölçen kriterdir. Puanlar yabancı yatırıma ulusal muamele yapılması, şeffaflık, bürokrasi, yabancıların arazi mülkiyeti edinmesi üzerindeki kısıtlamalar, sektörel yatırım kısıtlamaları, tazminat olmaksızın yatırımların kamulaştırılması ve döviz kontrolleri konularında yapılan değerlendirmeler ile belirlenmektedir.

Finansal Özgürlük: Bankacılık verimliliğinin bir göstergesi olduğu kadar, hükümet kontrolünden ve finans sektörüne müdahaleden bağımsızlığını bir ölçüsü olan kriterdir. Bankalar, sigortacılar ve sermaye piyasaları gibi finansal kurumlar üzerindeki devlet müdahalesini yansıtır. Mali hizmetlere ilişkin devlet düzenlemelerinin kapsamı, doğrudan ve dolaylı yollarla bankalara ve diğer finansal firmalara devlet müdahalesinin

derecesi, dolaylı mülkiyet, kredi tahsisinde devlet etkisi, mali ve sermaye piyasası gelişiminin kapsamı ve dış rekabete açıklık konularında yapılan değerlendirmeler ile oluşturulur.

Tablo 4, SSCB'den ayrılan 14 ülkenin ve ülkelerin özgürlük bileşeni kriterlerini içeren karar matrisini göstermektedir.

Ülkeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12
Azerbaycan	67,1	53,9	88,0	38,7	99,2	63,0	66,2	80,8	74,6	69,8	60	70
Belarus	63,2	48,4	88,8	37,4	95,4	54,1	74,8	76,4	82,0	69,8	20	30
Ermenistan	60,7	54,1	84,9	43,4	68,8	80,6	72,5	81,0	80,6	76,0	70	75
Estonya	83,2	73,7	81,1	85,9	99,9	53,3	57,3	73,5	86,4	78,6	70	90
Gürcistan	68,6	57,9	87,1	64,8	94,4	73,6	76,3	85,3	88,6	78,3	70	80
Kazakistan	61,3	62,1	92,3	40,9	84,1	85,5	86,0	74,6	80,2	68,1	50	50
Kırgız Cumhuriyeti	53,6	31,3	94,1	32,0	66,7	58,5	79,6	73,6	79,2	76,4	50	60
Letonya	72,3	51,1	76,9	46,4	96,5	58,3	72,4	77,0	86,4	80,2	60	85
Litvanya	77,9	62,1	84,9	67,4	97,4	66	76,5	71,9	86,4	79,7	70	80
Moldova	60,5	31,7	86,1	37,2	96,2	71,6	37,0	68,1	78,0	72,0	50	55
Özbekistan	59,1	34,2	91,6	28,2	98,9	74,7	59,9	72,6	67,6	59,9	20	20
Tacikistan	49,1	50,0	91,8	32,0	26,0	62,3	47,7	65,9	75,0	71,0	30	25
Türkmenistan	20,1	20,0	95,9	21,4	94,5	93,1	20,0	30,0	74,2	68,7	10	10
Ukrayna	47,5	42,2	81,1	37,9	83,9	47,2	48,3	61,3	81,2	63,0	30	35

Tablo 4: Karar Matrisi

Çalışmada yer alan kriterlerin hepsi faydalı kriterler olduğu için Eşitlik 2 ile karar matrisindeki değerler normalize edilir. Tablo 5, normalize karar matrisini göstermektedir.

Ülkeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12
Azerbaycan	0,745	0,631	0,584	0,268	0,991	0,344	0,700	0,919	0,333	0,488	0,833	0,750
Belarus	0,683	0,529	0,626	0,248	0,939	0,150	0,830	0,839	0,686	0,488	0,167	0,250
Ermenistan	0,643	0,635	0,421	0,341	0,579	0,728	0,795	0,922	0,619	0,793	1,000	0,813
Estonya	1,000	1,000	0,221	1,000	1,000	0,133	0,565	0,787	0,895	0,921	1,000	1,000
Gürcistan	0,769	0,706	0,537	0,673	0,926	0,575	0,853	1,000	1,000	0,906	1,000	0,875
Kazakistan	0,653	0,784	0,811	0,302	0,786	0,834	1,000	0,807	0,600	0,404	0,667	0,500
Kırgız Cumhuriyeti	0,531	0,210	0,905	0,164	0,551	0,246	0,903	0,788	0,552	0,813	0,667	0,625
Letonya	0,827	0,579	0,000	0,388	0,954	0,242	0,794	0,850	0,895	1,000	0,833	0,938
Litvanya	0,916	0,784	0,421	0,713	0,966	0,410	0,856	0,758	0,895	0,975	1,000	0,875
Moldova	0,640	0,218	0,484	0,245	0,950	0,532	0,258	0,689	0,495	0,596	0,667	0,563
Özbekistan	0,618	0,264	0,774	0,105	0,986	0,599	0,605	0,770	0,000	0,000	0,167	0,125
Tacikistan	0,460	0,559	0,784	0,164	0,000	0,329	0,420	0,649	0,352	0,547	0,333	0,188

Türkmenistan	0,000	0,000	1,000	0,000	0,927	1,000	0,000	0,000	0,314	0,433	0,000	0,000
Ukrayna	0,434	0,413	0,221	0,256	0,783	0,000	0,429	0,566	0,648	0,153	0,333	0,313

Tablo 5: Normalize Karar Matrisi

Eşitlik 4 yardımı ile kriterlerin ağırlıkları elde edilir. Tablo 6, kriter ağırlıklarını göstermektedir.

Kriterlerin Ağırlıkları	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12
w_j	0,071	0,079	0,083	0,079	0,008	0,084	0,082	0,007	0,082	0,009	0,103	0,097

Tablo 6: Kriterlerin Ağırlıkları

Tablo 6’da gösterilen kriter ağırlıkları K1 kriteri için şu şekilde belirlenmiştir.

$$\sigma_{K1} = \sqrt{((0,745 - 0,637)^2 + (0,683 - 0,637)^2 + (0,643 - 0,637)^2 + \dots + (0,434 - 0,637)^2) / 14} = 0,234$$

$$w_{K1} = 0,234 / 3,310 = 0,071$$

Tablo 6’ya göre en önemli kriter en yüksek ağırlığa sahip K11 kriteri yani Finansal Özgürlük kriteri bulunmuştur. Kriter ağırlıklarının elde edilmesinin ardından CoCoSo yönteminin adımlarına geçilir. İlk iki adım Tablo 3 ve 4’te sırasıyla gösterilmiştir. Eşitlikler 6-11 kullanılarak, H_i , G_i , t_{ia} , t_{ib} , t_{ic} , t_i değerleri ve ülkelerin sıralaması hesaplanır. Tablo 6, CoCoSo yönteminin sonuçlarını göstermektedir.

Ülkeler	H_i	G_i	t_{ia}	t_{ib}	t_{ic}	t_i	Sıralama
Azerbaycan	0,632	11,485	0,077	4,443	0,961	2,517	6
Belarus	0,518	11,215	0,075	4,014	0,931	2,327	10
Ermenistan	0,699	11,611	0,078	4,688	0,976	2,623	4
Estonya	0,796	11,648	0,079	5,012	0,987	2,757	3
Gürcistan	0,822	11,787	0,08	5,126	1	2,812	1
Kazakistan	0,674	11,569	0,078	4,597	0,971	2,585	5
Kırgız Cumhuriyeti	0,584	11,365	0,076	4,261	0,948	2,437	8
Letonya	0,697	10,692	0,073	4,491	0,903	2,488	7
Litvanya	0,802	11,748	0,08	5,053	0,995	2,781	2
Moldova	0,53	11,309	0,075	4,073	0,939	2,355	9
Özbekistan	0,399	9,23	0,061	3,214	0,764	1,877	13
Tacikistan	0,393	10,169	0,067	3,389	0,838	2,006	11
Türkmenistan	0,306	4,831	0,033	2	0,407	1,112	14
Ukrayna	0,371	10,126	0,067	3,308	0,833	1,972	12

Tablo 7: CoCoSo Yönteminin Sonuçları

Tablo 7'de gösterilen değerler Azerbaycan için şu şekilde hesaplanmıştır.

$$\begin{aligned}H_1 &= 0,071 \times 0,745 + 0,079 \times 0,631 + 0,083 \times 0,584 + \dots + 0,097 \times 0,750 = 0,632 \\G_1 &= (0,745)^{0,071} + (0,631)^{0,079} + (0,584)^{0,083} + \dots + (0,750)^{0,097} = 11,485 \\t_{1a} &= (0,632 + 11,485) / 157,008 = 0,077 \\t_{1b} &= (0,632 / 0,306) + (11,485 / 4,831) = 4,443 \\t_{1c} &= (0,5 \times 0,632 + 0,5 \times 11,485) / (0,5 \times 0,822 + 0,5 \times 11,787) = 0,961 \\t_1 &= (0,077 \times 4,443 \times 0,961)^{1/3} + ((0,077 + 4,443 + 0,961) / 3) = 2,517\end{aligned}$$

Tablo 7'ye göre ülkelerin sıralaması şu şekildedir: Gürcistan, Litvanya, Estonya, Ermenistan, Kazakistan, Azerbaycan, Letonya, Kırgız Cumhuriyeti, Moldova, Belarus, Tacikistan, Ukrayna, Özbekistan ve Türkmenistan. Buna göre ekonomik özgürlük endeksi açısından en iyi performansa sahip ülke Gürcistan olarak belirlenir.

5. Tartışma

Sovyet sonrası geçiş ekonomilerinden Gürcistan, Litvanya, Estonya, Ermenistan, Kazakistan, Azerbaycan, Letonya, Kırgız Cumhuriyeti, Moldova, Belarus, Tacikistan, Ukrayna, Özbekistan ve Türkmenistan, analize koşulmuş ve söz konusu ülkeler arasında performans açısından en iyi değere sahip ülke Gürcistan olarak belirlenmiştir. Ekonomik özgürlük kriterleri, K1: Mülkiyet Hakları, K2: Yargı Etkinliği, K3: Vergi Yükü, K4: Devlet Bütünlüğü, K5: Mali Sağlık. K6: Devlet Harcamaları, K7: Emek Özgürlüğü, K8: İş Özgürlüğü, K9: Ticaret Özgürlüğü, K10: Parasal Özgürlük, K11: Finansal Özgürlük, K12: Yatırım Özgürlüğü olarak en iyi kriterden oluşmaktadır. Söz konusu analizler sonucunda ise K11 kriteri olan Finansal Özgürlüğün ülke ekonomileri için en önemli kriter olduğu ortaya konmuştur. Sovyet sonrası geçiş sürecini tamamlayan 14 ülke içerisinde son yıllarda ekonomik açıdan ilerleme kaydeden Gürcistan, Litvanya, Estonya gibi ülkelerin olması, finansal manada özgürleştiklerini de bizlere göstermektedir. Serbest piyasa ekonomileri açısından ekonomik özgürlüklerin ne denli önemli olduğu, sermaye hareketliliği içinse finansal özgürlüklerin bir o kadar önem arz ettiği çalışmanın analizleri ile ortaya konmuştur. Dış yatırım düşünen yatırımcılar ekonomik özgürlük endeksi açısından ilk sıralarda çıkan Gürcistan, Litvanya ve Estonya ülkelerine yatırım yapabilirler.

Altın (2020), bu çalışmada kullanılan kriterleri göze alarak Avrupa kıtasındaki 44 ülkenin ekonomik özgürlüklerini CRITIC, Entropi, TOPSIS ve MAUT yöntemlerini kullanarak analiz etmiştir. Altın (2020)'nin çalışmasında CRITIC ve Entropi yöntemlerine göre en önemli kriter Vergi Yükü olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada ise en önemli kriter Finansal Özgürlük kriteri olarak belirlenmiştir. Çalışmalar arasında farklılar mevcuttur. Bunun sebebi, farklı ÇKKV yöntemleri ile ağırlıkların bulunması ve incelenen alternatif sayısının farklı olmasıdır. Bu çalışmada kullanılan SD yöntemi çok basit ve az sayıda işlem adımlarına sahip olduğu için tercih edilmiştir. CoCoSo yöntemi ise diğer ÇKKV yöntemlerine (TOPSIS, ARAS, COPRAS, vb.) göre yeni bir yöntemdir. Ayrıca üç farklı birleştirme stratejisi kullanarak çözüme ulaşmasından dolayı daha titiz ve güvenilir sonuçlara ulaşabileceği düşünülmektedir.

6. Sonuç

Çalışmanın sınırları geçiş süreci içerisinde yer alan eski Sovyet ülkelerinin ekonomik açıdan son yıllarda ne düzeyde olduklarının analiz edilmesine ışık tutmak için, ekonomik özgürlük kriterleri açısından ne düzeyde olduğunun tespit edilmesidir. Sovyetler birliğinin dağılmasının ardından ortaya çıkan Baltık ülkeleri Estonya, Letonya ve Litvanya, Doğu Avrupa ülkeleri, Belarus, Moldova Ukrayna, Güney Kafkas ülkeleri,

Azerbaycan Ermenistan Gürcistan, Orta Asya ülkeleri Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Tacikistan ve Türkmenistan kendilerini geçiş süreci içerisinde bulmuşlardır. Süreç bazı ülkeler için sancılı geçmiştir. Totaliter rejimlerin ekonomik anlamda serbestiyi kabullenmeleri uzun yıllar almış ve süreci uzatmıştır. Ülkelerin çoğu yapısal reformlarını gerçekleştirirken ekonomik özgürlükler destekleyerek serbest piyasa ekonomisine geçişi tamamlamışlardır. Geri kalan ülkeler ise gecikmelerine rağmen reformları tamamlamaya çalışmışlardır. 2020 yılı ekonomik özgürlük endeksleri ile 14 ülkenin hangilerinin süreçte başarılı oldukları ÇKKV yöntemleri ile analiz edilmiştir. 12 ekonomik endeks kriterlerinden hangisinin önem ifade ettiği ve hangi ülkenin bu konuda başarılı olduğu incelenmiştir. SD ve CoCoSo yöntemlerinden oluşan bir ÇKKV modeli SSCB'den ayrılan 14 ülkenin ekonomik özgürlük endeksinin analizinde kullanılmıştır. SD yöntemi ile kriter ağırlıkları belirlenmiştir. SD yönteminin sonuçlarına göre Finansal Özgürlük kriteri en önemli kriter olarak belirlenmiştir. Finansal özgürlük endeksinin en önemli kriter olarak belirlenmesi makalenin konusunun ne kadar önemli olduğunu da ortaya koymaktadır. Finansal özgürlükler serbest piyasa ekonomisi koşullarının en önemli olarak adlandırılabilir. Ülkelerin yabancı sermaye çekebilmeleri ve sermayenin serbest dolaşabilmesi için finansal özgürlüklerin ne denli önemli olduğu bilinen bir gerçekliktir. CoCoSo yöntemi ile ülkelerin ekonomik özgürlük endeksleri analiz edilmiştir. CoCoSo yönteminin sonuçlarına göre en iyi performansa sahip ülke Gürcistan olarak belirlenmiştir. Analiz sonucunda Gürcistan'ın çıkması ise manidardır. Gürcistan yaşamış olduğu krizleri fırsata çevirerek, yapısal reformları ekonomik özgürlük kriterleri ile destekleyerek diğer ülkelere göre başarılı bir süreci 2020 yılı için yaşamıştır. Bu çalışma literatürdeki iki araştırma boşluğunu doldurmayı amaçlamıştır: İlk olarak CoCoSo yöntemi ile ilgili Türkçe makale sayısı az sayıdadır ve ikinci olarak SD yöntemi ile CoCoSo yöntemi daha önce literatürde birlikte kullanılmamıştır. Her ne kadar bu çalışma literatüre katkı sunuyor olsa da bu çalışmanın sınırları mevcuttur. Bu sınırların ilki çalışmada sadece 14 ülkenin ekonomik özgürlük endeksi değerlendirilmiştir. Buna ek olarak sadece bilindik 12 ekonomik özgürlük endeksi kriteri değerlendirmede kullanılmıştır. Ayrıca analizde tamamen objektif ağırlıklandırma yöntemi kullanılmıştır. Gelecek çalışmalar bu sınırları baz alarak daha fazla ülkenin ekonomik özgürlük endeksinin değerlendirilebilir ve bu değerlendirmeyi yaparken daha fazla kriteri göz önüne alabilirler. Ayrıca sadece objektif ağırlıklandırma yöntemi kullanımı yerine uzman görüşlerinden faydalanarak subjektif ağırlıklandırma yöntemlerini de kullanabilirler. ÇKKV yöntemleri açısından CoCoSo yöntemini farklı ÇKKV problemlerinin çözümünde tercih edebilirler.

KAYNAKÇA

- ALTIN, H. (2020). Ekonomik özgürlük endeksinin çok kriterli karar verme yöntemleriyle analizi. *Uluslararası Ekonomi İşletme ve Politika Dergisi*, 4 (2), 441-460.
- APAN, M. ve ÖZTEL, A. (2018). Ölçek bazlı finansal performansın PROMETHEE yöntemiyle belirlenmesi: farklı ağırlıklandırma yöntemlerine dayalı karşılaştırmalı bir analiz. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6 (1) 207-244. doi: 10.22139/jobs.357134
- BARUA, S. JEET, D.K. BAGAL, P. SATAPATHY & P.K. AGRAWAL, (2019). Evaluation of mechanical behavior of hybrid natural fiber reinforced nano sic particles composite using hybrid taguchi-COCOSO method. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering* 8(10), 3341-3345. doi:10.35940/ijitee.J1232.0881019
- COŞKUNER, A., RENÇBER, Ö. & BAĞCI, H. (2021). Ülkelerin girişimcilik ve ekonomik özgürlük özelliklerinin karşılaştırılması: bulanık k-ortalamlar yöntemi ile

örnek bir uygulama. *Turkish Studies- Economy*, 16(1), 141-157. <https://dx.doi.org/10.47644/TurkishStudies.48495>

DIAKOULAKI, D., MAVROTAS, G., & PAPAYANNAKIS, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The critic method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770.

DİLER, H. (2020). Türkiye'de ekonomik özgürlük endeksi ve enflasyonun kurumlar vergisi geliri üzerindeki etkisi. *Econder International Academic Journal*, 4 (2), 530-550. doi: 10.35342/econder.665074

ECER, F., PAMUCAR, D., ZOLFANI, S. H., & ESHKALAG, M. K. (2019). Sustainability assessment of OPEC Countries: application of a multiple attribute decision making tool. *Journal of Cleaner Production*, 241, 1-17.

ECER, F. (2021). A consolidated MCDM framework for performance assessment of battery electric vehicles based on ranking strategies. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 143, 110916.

EMSEN S. ve KARAKÖY Ç. 2009. Merkezi Asya ve Kafkas Ekonomilerinde entegrasyonun olabilirliği: AB'deki Kömür-Çelik Topluluğu benzeri su ve enerjide iş birliği arayışı, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Cilt 18, sayı.1*, 181-202.

ERİLLİ, N. (2018). Economic freedom index calculation using FCM. *Alphanumeric Journal*, 6 (1), 93-116. doi: 10.17093/alphanumeric.337322

FU, C., CHANG, W., XU, D., & YANG, S. (2019). An evidential reasoning approach based on criterion reliability and solution reliability. *Computers & Industrial Engineering*, 128, 401-417. doi: 10.1016 / j.cie.2018.12.036

GÖVDELİ, T. (2018). Ekonomik özgürlük, turizm ve ekonomik büyüme: BRICST ülkelerinde konya bootstrap nedensellik analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Prof. Dr. Harun TERZİ Özel Sayısı*, 379-390. doi: 10.18092/ulikidince.451262

GÜVEN, M. ve YAŞAR, M. (2017). Toplam kalite yönetimi ve teknolojinin işletmeler için önemi: Van organize sanayi bölgesinde bir uygulama. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, İktisat Özel Sayısı*, 127-142. doi: 10.29029/busbed.341486

KARAKIŞ, E. ve GÜLDEN, T. (2019). OECD ülkelerinin ekonomik özgürlüklerine göre kümeleme analizi ile sınıflandırılması. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20 (2), 297-316.

KAZGAN, G. (2005). *Küreselleşme ve ulus-devlet: yeni ekonomik düzen*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

KIANI, B., LIANG, R. Y., & GROSS, J. (2018). Material selection for repair of structural concrete using VIKOR method. *Case Studies in Construction Materials*, 8, 489-497. doi: 10.1016 / j. cscm.2018.03.008

KILIÇ, O. ve ÇERÇİOĞLU, H. (2016). TCDD iltisak hatları projelerinin değerlendirilmesinde uzlaşık çok ölçütlü karar verme yöntemleri uygulaması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 31(1), 211-220.

MURAT, D. (2020). The analysis of the well-being levels of OECD countries with grey relational analysis. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (41). doi:10.30794/pausbed.697852

ÖZDAĞOĞLU, A., ULUTAŞ, A. & KELEŞ, M. (2020). The ranking of Turkish universities with CoCoSo and MARCOS. *Economics Business and Organization Research, Proceedings of The Third Economics, Business And Organization Research (EBOR) Conference*, 374-392.

SANTHI G., ANANTHANARAYANAN M. (2020). Standard deviation method for solving fuzzy assignment problem. *International Journal of Research in Humanities, Arts and Literature (IMPACT: IJRHAL) ISSN (P): 2347-4564 ISSN (E): 2321-8878 Vol. 8, Issue 4, Apr, 25-30.*

ŞAHİN, D. (2017). Gelişmiş ülkelerde yolsuzluk ve ekonomik özgürlük ilişkisinin analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (3), 112-121. doi: 10.30803/adusobed.298757

TORKAYESH, A. E., ECER, F., PAMUCAR, D., & KARAMASA, C. (2021). Comparative assessment of social sustainability performance: Integrated data-driven weighting system and CoCoSo model, *Sustainable Cities and Society*, Volume 71, <https://doi.org/10.1016/j.scs.2021.102975>

TORKAYESH, A. E., PAMUCAR, D., ECER, F., & CHATTERJEE, P. (2021b). An integrated BWM-LBWA-CoCoSo framework for evaluation of healthcare sectors in Eastern Europe. *Socio-Economic Planning Sciences*, 101052.

TÜREN,Ufuk., Yunus GÖKMEN & Hakan DİLEK (2011). Ekonomik Özgürlük Endeksinin Yurt Dışına Doğrudan Yabancı Yatırım Yapan Türk Sermayesinin Ülke Seçim Kararına Etkisi Var mıdır? Maliye Dergisi Sayı 161y Temmuz -Aralık

ULUTAŞ A., KARAKUŞ C.B. &TOPAL A. (2020). Location selection for logistics center with fuzzy SWARA and CoCoSo methods. *J. Intell. Fuzzy Systems*, 38 (4), 4693-4709. doi:10.3233/JIFS-191400

UZUN, A. M., KARAKÖY, Ç., & EMSEN, Ö.S. (2012). Orta Asya ve Kafkaslarda borç-ekonomik büyüme ilişkileri. *International Conference on Eurasian Economies*, Almaty-Kazakhstan, 151-158.

WEN Z, LIAO H, REN R, BAI C, ZAVADSKAS EK, ANTUCHEVICIENE J & AL-BARAKATI A. (2019). Cold chain logistics management of medicine with an integrated multi-criteria decision-making method. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 16(23), 4843. doi: 10.3390 / ijerph16234843

YAZDANI, M., WEN, Z., LIAO, H., BANAITIS, A., & TURSKIS, Z. (2019). A grey combined compromise solution (CoCoSo-G) method for supplier selection in construction management. *Journal of Civil Engineering and Management*, 25(8), 858-874. doi: 10.3846/jcem.2019.11309

YAZDANI, M., ZARATE, P., KAZIMIERAS ZAVADSKAS, E. & TURSKIS, Z. (2019), A combined compromise solution (CoCoSo) method for multi-criteria decision-making problems. *Management Decision*, Vol. 57 No. 9, 2501-2519. doi: 10.1108/MD-05-2017-0458

ZOLFANI, S. H., CHATTERJEE, P., & YAZDANI, M. (2019, May). A structured framework for sustainable supplier selection using a combined BWM-CoCoSo model. *In International scientific conference in business, management and economics engineering*. Vilnius, Lithuania, 797-804.

Summary

Many economists have reached a common view on how important freedoms are in the institutional structure. Although there are many definitions of freedoms, it is a known fact that it consists of civil, political, and economic rights. The concept of economic freedom expresses the ability of individuals living in a country and businesses with economic activity to meet the state restrictions at a minimum and perform their economic activities. The years 1989 and 1991 were the years of significant political and economic changes and transformations in the world. During these years, with the fall of the Berlin Wall and the dissolution of the Eastern Bloc, many new politically and economically independent states were established. In addition, these countries, which took part in the socialist system that lasted for about 70 years, passed to the liberal system and faced many changes in political and economic terms. In the structure that emerged in this context, countries that have turned to liberalism practices in political and economic terms are named as transition

economies. With the phenomenon of transition, the concepts of liberalism, and openness as well as outward orientation have been used synonymously. As is known, openness means that there are no restrictions on international goods and factor flows. Therefore, right after the transition, profiteering-mafia as the private sector; black market prices as free-market prices, and the emergence of famines instead of market balances deepened the idea that the magic wand of capitalism is pregnant with even greater troubles in these societies that expect a miracle from the transition. After the collapse of the Soviet Union, the following countries have emerged; Baltic countries, which are Estonia, Latvia, and Lithuania, and Eastern European countries, which are Belarus, Moldova, and Ukraine, and South Caucasian countries, which are Azerbaijan, Armenia, and Georgia, and Central Asian countries, which are Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan and Turkmenistan. These mentioned countries have found themselves in a transition period. The process was painful for some countries. Baltic countries and Eastern European countries, which completed the transition early, managed the process more successfully than others in the free market economy. In the 2020s, the South Caucasus and Central Asian countries made great progress in terms of economic freedoms, which revealed the necessity of examining the countries in question. It is the work of the most widely accepted Fraser Institute and Heritage Foundation, which measure the economic freedom indices of countries in the world. In this study, the 12-variable index made by the Heritage Foundation was used. In this study, the Economic Freedom Indices of the countries that gained their independence after the dissolution of the USSR will be analyzed by Standard Deviation (SD) and Combined Compromise Solution (CoCoSo) methods. The presence of more than one criteria in this study allows the use of the MCDM method. The CoCoSo method was preferred in this study because it is a fairly new MCDM method and the SD method consists of a small number and simple arithmetic operations and uses objective data. In this study, the economic freedom indices found in the report published by the Heritage Foundation in 2020 were used. In this study, the economic freedom indices of the former USSR countries were analyzed with an MCDM model consisting of SD and CoCoSo methods. Criteria weights were determined by using the SD method. According to the results of the SD method, the Financial Freedom criterion has been determined as the most important criterion. Determining the financial freedom index as the most important criterion reveals how important the subject of the article is. Financial freedoms can be called the most important of the conditions of a free market economy. It is a well-known fact how important financial freedoms are for countries to attract foreign capital and for free movement of capital. The economic freedom indices of the countries were analyzed with the CoCoSo method. According to the results of the CoCoSo method, the country with the best performance was determined as Georgia. It is significant that Georgia emerged as a result of the analysis. Georgia has experienced a successful process for 2020 compared to other countries by turning the crises it has gone through into opportunities and supporting structural reforms with economic freedom criteria. This study aimed to fill two research gaps in the literature: First, the number of Turkish articles on the CoCoSo method is low, and secondly, the SD method and the CoCoSo method have not been used together in the literature before.

İşveren Markası Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma

Faruk ÇAKMAK*

Öz

Bu çalışmanın amacı; hizmet sektöründe telekomünikasyon alanında faaliyet gösteren bir işletmedeki yetenek yönetiminin işveren markası algılarının örgütsel bağlılıkları üzerine olan etkisini tespit etmektir. Araştırma verileri Türkiye'de hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin İstanbul, İzmir ve Ankara lokasyonlarındaki 1055 çalışana yapılan anket sonucunda elde edilmiştir. Araştırmanın uygulama aşamasında gerçekleştirilen veri analizinde SPSS 22 ve AMOS programlarından yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre; çalışanların işveren markası algılarıyla örgütsel bağlılıkları anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu bulgular işveren markası bileşenlerinde sağlanacak iyileşmenin, aynı zamanda örgütsel bağlılık bileşenini de olumlu yönde etkileyeceğini göstermektedir. Çalışmanın son bölümünde elde edilen araştırma sonuçlarının teorik ve uygulama alanına etkileri tartışılarak sektör yöneticilerine ve gelecekte yapılacak çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Bağlılık, İşveren Markası Algısı, Duygusal Bağlılık, Devam Bağlılığı, Yetenek Yönetimi, Hizmet sektörü

The Effect of Employer Brand Perception on Organizational Commitment: A Research in the Service Industry

Abstract

The aim of this study is to determine the effect of employer brand perceptions of talent management on their organizational commitment in a business operating in the telecommunication sector. Research data was obtained by a company's 1055 employees operating in İstanbul, İzmir, and Ankara provinces. SPSS 22 and AMOS programs were used in data analysis. According to the research findings; there is a significant relationship between employees' employer brand perception and organizational commitment. These findings indicate that if any improvements occurs in employer branding components will also increase the organizational commitment component. The theoretical and practical effects of the research results were discussed, and recommendations were made to sector managers and future studies.

Keywords: Organizational Commitment, Employer Brand Perception, Emotional Commitment, Continuing Commitment, Talent Management, Service Industry



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 03.04.2021

Kabul/Accepted: 18.10.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.902032>

* Endüstri Mühendisi, Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Kocaeli, Türkiye. E-posta: farukcakmaktr@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8291-9659>

1. Giriş

Bilgi toplumu kavramıyla hayatımıza giren yetenek yönetimi olgusu, işletmeler için insan faktörünü en önemli sermaye bileşeni haline getirmiştir. Yetenek yönetiminin önemini arttırmasıyla birlikte insan faktörü, sanayi devrimindeki pasif rolünden sıyrılarak, bizatihi şirket içindeki tüm süreçlere ve karar mekanizmalarına etki eden bir konuma gelmiştir. İnsan faktörünün bu denli önemli hale geldiği günümüzün dinamik iş eko sisteminde, işletmeler faaliyetlerini sürdürebilmek ve rakiplerinden farklılaşım sektörlerinde öne çıkabilmek için insan kaynakları yönetimi uygulamalarına ağırlık vermeye başlamışlardır. Bu noktada işveren markası; etkin insan kaynakları yönetimi araçlarından biri haline gelmiştir (Ahmad ve Daud, 2016).

İşveren markası terimi 90'lı yıllarda ilk defa ortaya çıkmış olup, organizasyonun stratejik insan kaynakları unsurlarının uygulanmasıyla potansiyel yetenekleri çekmeyi ve elde tutmayı amaçlamaktadır (Blasco vd., 2014). Dabirian vd. (2017) işveren markasının organizasyon hakkındaki bilgileri yönetmeye ve mevcut/potansiyel çalışanların şirkete ilişkin algısına odaklanan uzun vadeli stratejik bir süreç olarak tanımlamaktadır.

İşveren markası nitelikli işgücünü arttıran bir olgu olmakla birlikte, işveren markası algısında sağlanacak olası iyileşmeler, aynı zamanda işletmenin müşteri potansiyeli ve pazardaki gücünü de arttırmaktadır (Esteban, 2012). İşveren markasının gerek şirket içinde gerekse de şirket dışında önemli yansımaları bulunmaktadır. Şirket içindeki etkilerinin başında; yetenek yönetimi stratejisi çerçevesinde çalışanlara sağlanan kariyer imkanları gelmektedir. İşveren markasının şirket dışına yönelik başlıca yansımaları arasında ise; işletme imajı ve itibarının olumlu yönde etkilenmesi ve işletmenin yıkıcı rekabet ortamında rakiplerden pozitif yönde ayrılarak avantaj kazanması gelmektedir (Nayır ve Fındıklı, 2018).

Örgütsel bağlılık; duygusal, devam ve normatif bağlılık üzere üç alt unsurdan oluşmaktadır. Yapılan araştırmalar dikkate alındığında, işveren markasının insan kaynakları uygulamaları bağlamında etki ettiği en önemli etmenlerden birinin örgütsel bağlılık olduğu ortaya çıkmaktadır. İşveren markası algısını yukarıya çeken işletmeler, bunun sonucunda yüksek örgütsel bağlılık seviyesine ulaşmaktadırlar (Fu ve Deshpande, 2014).

Çalışanların sahip oldukları işveren markası algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bu çalışmanın ilk bölümünde işveren markası, örgütsel bağlılık ver her iki değişken arasındaki ilişkiler literatür destekli incelenmiştir. Literatürde işveren markası ve örgütsel bağlılık değişkenleriyle ilgili araştırmalar bulunmakla beraber, hedef kitle olarak İstanbul, İzmir ve Ankara olmak üzere üç büyük metropolde çalışan telekomünikasyon sektörü çalışanlarının hedeflendiği çalışmalara rastlanmamıştır. Diğer taraftan çalışmanın uygulama kısmındaki analiz çeşitliliği (SPSS ve AMOS), çalışmaya uygulama derinliği sağlamaktadır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan bulguların literatüre, özellikle de telekomünikasyon sektöründeki çalışanların işveren markası algıları üzerinden örgütsel bağlılık durumlarına ilişkin yorumlamalara katkı sağlaması beklenmektedir. Bunun yanında çalışma sonunda elde edilen bulguların, farklı sektörlerde konuyla ilgili yapılacak çalışmalara yön vereceği değerlendirilmektedir. Araştırmanın sonuç bölümünde araştırma bulguları üzerinden sektör profesyonelleri ve karar vericilerine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

2. Literatür İncelemesi

2.1. İşveren Markası

İşveren markası süreci en sade ifadeyle yetenek yönetimi uygulamalarında, markalaşma yaklaşımının kullanılmasını içermektedir. Birçok işletme işveren markasını

yetenek yönetimi stratejileriyle uyumlu olarak, şirket içi ve dışı olmak üzere iki uygulama biçiminde yönetmektedir. Şirket dışı alanda öne çıkan boyut, yetenekli adayları şirkete çekebilecek etkili bir işe alım süreci yapılandırılmaktır. Şirket içi uygulama biçiminde ise hedef kitlesi mevcut çalışanlar olup çalışanların değer, yetkinlik ve hedefleriyle şirket değer ve stratejilerinin hizalanması ya da entegrasyonu, bu boyutun temel amacıdır (Erkanlı vd., 2015).

Bugünün dinamik iş dünyasında faaliyet gösteren ve yetenek yönetiminin önemine vakıf olan birçok kurumsal işletme, yetenekli çalışanların kuruma kazandırılmasını en önemli insan kaynağı stratejileri arasında görmektedir. Bu sürecin önemli görülmesinin arkasında, çalışan deneyimi döngüsünün işe alım süreciyle başlaması gelmektedir. Dolayısıyla çalışan deneyimi döngüsü sürecinin dip toplamdaki performansı, işletmelerin işe alım süreçlerinde ne kadar yetkin ve kurum prensipleriyle uyumlu çalışanlar aldıklarıyla yakından ilintilidir. İşe alım süreçlerini başarıyla gerçekleştiren işletmeler başta eğitim, yetenek yönetimi ve çalışma ilişkileri olmak üzere, çalışan hayat döngüsü içerisindeki diğer süreçlerin verimliliklerini garanti altına almaktadırlar (Karatepe, 2005).

İşveren markası süreci, mevcut ve potansiyel çalışanları dahil edecek şekilde markalama biliminin uygulandığı faaliyetler bütünüdür. Markalama genel olarak; insan kaynakları faaliyetlerine pazarlama prensiplerinin uygulanması anlamına gelmektedir. Markalama kavramı ilk kez ürün konseptinde kullanılmış olup, bu aşamada bir ürünün müşterilerde nasıl temsil edildiğiyle ilgilenilmiştir. Buna karşın kurumsal marka kavramı ise, bir işletmenin işveren markası algısının şirket dışındaki kitlelere ya da paydaşlara nasıl sunulduğunu konu almaktadır. İşveren markalamasında gerek mevcut gerekse de potansiyel çalışanlar marka hedefi olarak kabul edilmektedir. İşveren markalamasının temel dayanağı nitelikli işgücü politika ve istihdam istihdam deneyimleridir. İşletmeler istihdam deneyimlerini netleştirip özenle ve etkili biçimde yönetmeleri durumunda, bunu bir değere dönüştürebilme imkanına sahip olabilirler. İşveren markası; ilgi değeri, gelişim değeri, uygulama değeri, ekonomik değer ve sosyal değer olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır (Edwards, 2009).

2.1.1. İlgili Değeri Boyutu

İlgili değeri boyutu, çalışanların fikir üretme reflekslerini ortaya çıkaracak çalışma ortamını sağlamaya katkıda bulunmaktadır. Bu sayede çalışanlar inovatif yaklaşımlarla düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilmekte, yenilikçi ve yüksek kalitede ürün ve hizmetler ortaya konulmaktadır. Bu değer düşük seviyede olduğu işletmelerde, yeni fikirlerin üretilmesine ve kabul edilmesine olanak tanıyan bir ekosistemin olmadığı görülmektedir. Bu tür bir işletmede, çalışanların fikir üretebilme yetkinlikleri ya da kurumsal girişimcilik refleksleri, organizasyonda inovasyon kültürü olmadığından, yönetim tarafından karşılık bulmayacaktır. Dolayısıyla çalışanların ürettikleri fikirlerin işlevsellik kazanıp hayata geçirilebilmesi için, işletmenin kurum kültürünün fikir üretmeyi teşvik edecek şekilde yapılandırılması durumu, çok önemli bir önkoşuldur (Berthon vd., 2005).

2.1.2. Gelişim Değeri Boyutu

Gelişim değeri, çalışanlara mesleki ve kişisel gelişim alanlarında sunulan eğitim imkanlarıyla ilişkilidir. Çalışanların işe adapte olmaları, kendini geliştirerek yüksek performans sergilemeleri ve bu sayede çalıştıkları kuruma katma değer sağlamaları, bu değer için sonucudur. Çalışana sunulan eğitim fırsatları gelişim değerinin önemli bir parçası olmakla birlikte, tek başına yeterli değildir. Gelişim değeri boyutunun diğer unsuru; çalışanların yöneticileri ve diğer çalışma arkadaşları tarafından saygı görmesi ve

takdir edilmesidir. Kendilerine sunulan eğitim gelişim imkanlarından ve takdir/ödüllendirme konularından memnuniyet duyan çalışanlar, çalıştıkları kuruma uyum sağlamak ve faydalı olmak noktasında ellerinden gelenin en iyisini yapma eğilimi göstermektedirler (Karatepe, 2005).

2.1.3. Uygulama Değeri Boyutu

Uygulama değeri, bir kurumun müşteri odaklı olup olmamasına dayanmakta olup öğrenilenleri uygulamaya aktarabilme fırsatı vermesini ifade etmektedir. Bu boyutun performansı, bir işletmede müşteri memnuniyetinin ne denli önemli konumlandırıldığıyla yakından ilintilidir. Bölüm bazda çalışan ve lokal birim hedeflerinin ön planda tutulduğu, müşteri memnuniyetinin nihai şirket hedefi olarak adreslenmediği bir kurumda, müşteri odaklılıktan bahsetmek oldukça güçtür. Buradan hareketle müşteri odaklı olmak, en başta çalışanların bu vizyon çerçevesinde hareket etmesi ve gerekli yetkinliklere sahip olmasıyla mümkündür. Diğer taraftan çalışanların eğitimler sonrasında öğrendikleri formasyon ve karşılaştıkları süreçlerde kazandıkları deneyimler, ancak öğrenen organizasyon kültüründe hayata geçebilecektir. Bu noktada işletme karar vericileri çalışanların öğrendiklerini etkin bir biçimde uygulamaları amacıyla gerekli iş ortamını sağlamalıdır (Erkanlı vd., 2015).

2.1.4. Ekonomik Değer Boyutu

Ekonomik değer boyutu, işveren markasının en temel boyutlarından olup motivasyonel bağlamda daha çok hijyenik faktörlere işaret etmektedir. Bu faktörler içerisinde; çalışanların çalıştıkları fiziki ortam, aldıkları ücretler, yararlandıkları yan haklar (temsil ücreti, araba, benzin, sağlık sigortası vs.), çalışma saatleri ve çalıştıkları yerdeki sosyal olanaklar sayılabilir. Bu parametrelere ilaveten, yeni fikir ve önerilere karşı işyerinin ve yöneticilerin tavrı, iş zenginleştirme ve rotasyon imkanları, yönetici ve çalışanların yetkinlikleri ve potansiyelleri de ekonomik değer boyutunu şekillendiren diğer değişkenlerdir. İşveren markası algısının yükseltilmesi bakımından, sadece ekonomik değer boyutuna yatırım yapmak yeterli değildir. Bununla birlikte, bu alandaki faktörlerin büyük bölümü motivasyonel anlamda hijyenik faktörler olarak değerlendirildiğinden, bu boyutta işletme karar vericileri önemli aksiyonlar almalıdırlar. Çalışanlar ekonomik refaha sahip oldukları kurumlarda, diğer boyutlardaki performansı sorgulamaktadırlar. Dolayısıyla ekonomik değer boyutunun işveren markası çerçevesinde, diğer boyutlardan farklı olarak ön koşul olma noktasında ayrı bir önemi bulunmaktadır (Kara, 2013).

2.1.5. Sosyal Değer Boyutu

Sosyal değer, çalışanların fizyolojik ve psikolojik boyutta sürekli desteklenmeleri durumuna dayanmaktadır. Çalışanların iş ortamında iç (çalışma arkadaşları ve yöneticiler) ve dış paydaşlarla (tedarikçiler, çözüm ortakları, müşteriler) kurdukları etkili iletişim ve yönetim şekli, bu boyutun performansını olumlu yönde etkilemektedir. Buna karşın, insan ve iş odağı dengesinin ciddi manada iş tarafına kaydığı işletmelerde, çalışanlar yeterince sosyalleşemezler. Bunun sonucu olarak ise, sadece iş bazlı iletişimin ön planda olduğu duygusal zeka yetkinliklerinin arka plana kaydığı ve iş çıktılarının temel performans göstergesi olarak görüldüğü robotik bir iş ortamı ortaya çıkmaktadır. Bu ortam her ne kadar kısa vadede bir başarı getirme ihtimaline sahip olsa da, bu başarının yüzeysel bir zeminden devamlı ve sürdürülebilir bir sürece dönüşmesi oldukça güçtür. Başarının sürdürülebilir olması, çalışanların iç ve dış motivatörlerine değen somut

adımlar atılmasına bağlıdır. Bu adımları atan kurumlar işveren markası algısında önemli kazanımlar elde ederek, çalışanların örgütsel bağlılık seviyesini de yükseltmektedir (Terlemez, 2012).

2.2. Örgütsel Bağlılık

İşletmelerin temel sermaye bileşeni yetkin insan kaynağıdır. Nitelikli insan gücü içerisinde kendisini çalıştığı kuruma ait hissedilen, kurumun hedeflerine ve amaçlarına ulaşmada ekstra gayret gösteren çalışanlar kurumlarına bağlı olanlardır. Çalışanların kurumlarına karşı aidiyet hissetmeleri, kendilerini kurumlarında aileden bir parça gibi görmeleri, kendi yetenek yönetiminin kurumun sahip olduğu organizasyonel kültür, norm, değer, hedef ve stratejileriyle entegre olması durumu, örgütsel bağlılık şeklinde açıklanabilir. Bir başka ifadeyle örgütsel bağlılık, çalışanların çalıştıkları işletmenin kural, değer ve stratejilerini ne kadar benimsediği ve içselleştirdiğiyle yakından ilintilidir. Örgütsel bağlılık seviyesi yüksek olan çalışanlar, bağlılık seviyesi düşük olanlarla kıyaslandığında, işletmelerinin mevcut ve gelecekteki döneme ait başarı potansiyeli için daha fazla çaba sarf etme eğilimindedirler (Baykal, 2019). Örgütsel bağlılık; duygusal, devam ve normatif olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır (Allen ve Meyer, 1991). Bir başka araştırmacı Salancik (1977)'e göre örgütsel bağlılık, kişinin davranışlarına ve davranışları aracılığıyla faaliyetlerini ve işletmeye karşı ilgisini güçlendiren inançlarına bağlanması durumudur. Bu yaklaşımda kişinin yani çalışanın davranışlarıyla tutumları uyum içinde olmalıdır. Bu uyum sağlanmadığı takdirde çalışan, strese ve gerilime girmek yoluyla huzursuz olacak, bu durumun sonucunda ise örgütsel bağlılık seviyesi düşecektir. Yüksek bir bağlılık seviyesi için, davranış ve tutumlar arasında kuvvetli bir bağ bulunması gerekmektedir.

2.2.1. Duygusal Bağlılık

Çalışanın kurum kültürüyle entegre olduğu, hedef, strateji ve değerlerini içselleştirdiği, kısacası işletmeye karşı üst seviyede aidiyet hissettiği bağlılık çeşididir (Doğan ve Kılıç, 2007). Duygusal bağlılıkta çalışanların yetkinlik, değer ve öncelikleriyle kurumun değer ve prensipleri uyum içerisinde olup, belli bir anlam bütünlüğü bulunmaktadır. Bu seviyede hissedilen bağlılık, ekonomik kıyaslama başta olmak üzere zorunlu sebeplerden dolayı değil, tamamıyla çalışanların kurumlarına karşı duydukları kuvvetli istekle ilişkilidir. Çalıştığı kuruma karşı duygusal bağı olan bir çalışan, her ne koşulda olursa olsun en zor koşullarda dahi, her zaman daha fazlasını ve iyisini yapmaya isteklidir. Çalışanlar kurumlarını daha ileri seviyeye taşımak için güçlü bir irade ortaya koyarak ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışırlar (Franca ve Pahor, 2012). İşin yapısına ait özellikler, işin çekiciliği, kişisel özellikler, çalışanlar arası ahenk, adalet, güven, tecrübe, kararlara müdahil olma ve yapısal özellikler, duygusal bağlılığı etkileyen temel parametrelerdir (Özutku, 2008).

2.2.2. Devam Bağlılığı

Bu bağlılık türünde çalışan, işletmede kalma ve kalmama seçeneklerinde karşılaacağı duruma göre hareket etmektedir. Çalışanın işte kalma ya da ayrılma kararı, işyerinde sunulan ekonomik imkanlara bağlıdır. İşletmenin çalışana sağladığı ekonomik fayda, çalışanın işten ayrılması durumunda piyasadan alacağı faydadan daha fazlaysa, çalışan işte kalma eğilimindedir. Bu durumun tam tersi olan senaryo gerçekleştiğinde ise, yani piyasa şartları şirket koşullarından daha iyiyse, çalışan işten ayrılma kararına yaklaşır. Devam bağlılığında duygular arka planda olup, işte kalma ve işten ayrılma

kararları tamamıyla ekonomik şartlar üzerinden verilmektedir. Çalışanın karar aşamasında dikkate aldığı en önemli şartlar arasında; alacağı ücret ve yan haklar, iş bulamama olasılığı ve maliyeti, tazminat alamama olasılığı, taşınma durumu gerekmesi, piyasada iş bulsa dahi o kuruma adapte olamama durumu, yeni işe başlayacağı kurum tarafından kabullenilmeme gibi faktörler yer almaktadır. Devam bağlılığında çalışan çalıştığı ana kadar harcadığı emeği bir maliyet kalemi olarak görerek, bu maliyetin karşılığı olarak kurumda kalmayı tercih etmektedir. Ne zamanki bu bedelin karşılığı başka bir kurum tarafından ödenir ve çalışan daha iyi şartlarda bir iş fırsatıyla karşılaşır, o zaman iş değiştirme kararını kolaylıkla verebilir. Dolayısıyla çalışanların çalıştıkları kurum için sarf ettiği yatırım seviyesi, miktarı, iş fırsatlarının azlığı ve ulaşılmazlığı, devam bağlılığının ana belirleyicileridir (Özutku, 2008).

2.2.3. Normatif Bağlılık

Normatif bağlılığın temelinde ahlaki veya etik nedenler yer almaktadır. Bir başka ifadeyle bu bağlılık türünde çalışanlar, çalıştıkları kuruma karşı devam etme yolunda zorunluluk hissederler. Normatif bağlılığın merkezinde çalışanın sosyalleşme seviyesi bulunmaktadır. Çalışanların kurum içerisinde sahip oldukları sosyal imkanlar, normatif bağlılık seviyesini belirlemektedir. Bu imkanların başında, çalışanın çalışma arkadaşlarıyla geçirdiği kaliteli zaman, paylaştıkları deneyimler, çalışanın sosyalleşmesi noktasında baskıya yol açmaktadır. Diğer taraftan kurumun eğitim ve gelişim faaliyetleri başta olmak üzere, çalışana için yaptığı her türlü harcama çalışanın kuruma olan normatif bağlılık seviyesini artırma potansiyeline sahiptir (Yüceler, 2009).

2.3. İşveren Markasıyla Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki ve Araştırma Hipotezleri

İşveren markası ve örgütsel bağlılık değişkenleri arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır (Fernon, 2008). İşveren marka algısı yükseldikçe örgütsel bağlılık seviyesi de yükselmektedir. İşveren markası çalışanların işletmeye ait amaçlarını içselleştirerek kuruma olan aidiyet duygusunun geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Bir kurumda yüksek seviyede konumlanan örgütsel bağlılık, aynı zamanda o kurumun yetkin çalışanları tutundurmadaki maharetine ve yüksek markalaşma potansiyeline işaret etmektedir (Kara, 2013). Bu bağlamda işveren markasını iyileştirmeye yönelik atılan adımlar, piyasadaki yetkin adayların kuruma çekilmesini kolaylaştırmakta, mevcut çalışanların ise kuruma karşı bağlılık seviyelerini arttırmaya zemin oluşturmaktadır (Xiaofeng, 2009).

Bir kurumda örgütsel bağlılığı sağlamanın önemli bir yolu, yüksek bir işveren markası algısına sahip olmasından geçmektedir. Çalışanları tarafından en iyi işveren statüsünde görülen bir işletmede örgütsel bağlılık seviyesi yüksek olacağından, işten ayrılma niyeti az olacaktır (Roserthorn, 2009). Örgütsel bağlılığın işletmeler tarafından en önemli ve istenilir seviyesi olan duygusal bağlılık seviyesinde ise, çalışanla şirket arasında anlam bütünlüğünün olması son derecede önemlidir. Bir işletmede algılanan işveren markası, çalışanların kurumun hedef, strateji ve değerlerini kabul ederek bütünsel bir bakış açısıyla büyük resmi görmesini sağlayarak anlam bütünlüğüne hizmet etmektedir. Kurumlarına karşı anlam bütünlüğü içerisinde olan çalışanlar ise, kurumlarına karşı daha fazla bağlılık hissetmektedirler (Edwards, 2005). Bu bağlılık, işveren markası uygulamaları ile güçlendirilmekte olup, çalışanların kurumlarında kalma oranları artmaktadır (Berthon vd., 2005).

Etkin işveren markası uygulamalarıyla faaliyet gösterdikleri sektörlerde olumlu itibar kazanmış kurumların, insan kaynakları uygulamalarına çok daha fazla oranda

güven duyulmaktadır. Bu durum potansiyel ve mevcut çalışanların işletme ile ilgili düşüncelerini pozitif yönde etkilemektedir. Bunun sonucu olarak ise, örgütsel çekicilik seviyesi artmakta ve işletme sektöründe cazibe merkezi haline gelmektedir. Tüm bunların çıktısı olarak ise; kuruma olan örgütsel bağlılık anlamlı bir düzeyde artış göstermektedir (Çiftçioğlu, 2009). Bir başka ifadeyle işletmeye karşı duyulan bağlılık seviyesi, kurumun gerçekleştirdiği işveren markası aksiyonlarından ve buna bağlı farklılaşan insan kaynakları uygulamalarından yüksek düzeyde etkilenmektedir (Kuruüzüm vd., 2010).

Son on yılda Türkiye’de özellikle kurumsal, büyük işletmeler tarafından uygulanmaya başlanan yetenek yönetimi uygulamaları kapsamında işveren markası ve örgütsel bağlılık kavramlarının önemi oldukça artmıştır. Türkiye sanayisine yön veren ilk beş yüz sanayi kuruluşlarındaki yetenek yönetimi uygulamaları incelendiğinde, birçok işletmenin işveren markası ve örgütsel bağlılık konularının, çalışan değer önermesi (Employee Value Proposition) yaklaşımına dayandığı görülmektedir. Bu yaklaşıma göre işveren markası kavramı çek, tut ve bağla olmak üzere üç boyut üzerine temellendirilmektedir. Çek boyutu işletmenin potansiyel yetenekli çalışanlar tarafından tercih edilmesi isteğiyle ilgilenirken, tut boyutu ise; bu çalışanların örgütte kalmasına odaklanmaktadır. Son ve en önemli boyut olan kal boyutunda ise, çalışanlar tatmin edilebilir seviyede örgütsek bağlılık düzeyine ulaşmakta ve çalıştıkları kurum için rutin işleyişin dışında fark oluşturup işletmeye katma değer üretmektedirler (Özgen ve Akbayır, 2011).

Çek, tut ve bağla boyutlarıyla şekillenen işveren markası aksiyonları, rekabetçi iş hayatındaki yetenek pazarında, pazarlama odaklı yetenek stratejileri geliştirmenin önemini artırmaktadır (Sears, 2003). Yapılandırılmış, süreç odaklı işveren markası vizyonuna sahip olan işletmeler, günümüzün yeni nesil kuşaklarına (y ve z) geleneksel insan kaynakları uygulamalarından çok daha farklı olan modern insan kaynakları stratejileri ve uygulamalarıyla hitap etmektedir. Bu bağlamda; çalışma ortamında daha esnek ve özgür bir ortamın sağlanması, hibrit ya da uzaktan çalışmanın ağırlıkta olduğu çalışma modelinin uygulanması, organizasyonda dikey hiyerarşi yerine yatay ve matris takım kurgulamalarıyla kurumsal çevikliğin artırıldığı bir işletmede, bu ekosistemde işveren markası ve örgütsel bağlılık değişkenlerin pozitif manada etkilenecekleri kolaylıkla söylenebilir. Diğer taraftan bu tür modern insan kaynakları uygulamalarıyla işveren markası algısını iyileştiren işletmeler, karar mekanizmalarında çalışanların fikirlerine yer vererek olumlu bir örgüt ortamı oluşturmaya çalışarak, çalışanların iş tatmin düzeyine olumlu katkıda bulunmaktadır. Bu durumun sonucu olarak ise; çalışanların örgütsel bağlılık seviyesi kademeli olarak artış göstermektedir (Ören ve Yüksel, 2012).

İşveren markasına yönelik uygulamaların örgütsel bağlılık üzerine etkisi ve medikal sektöründe bir uygulama adlı çalışmasında Bayrak (2016), diğer birçok çalışmada olduğu gibi, işveren markası algısının örgütsel bağlılık değişkenini pozitif ve güçlü bir şekilde etkilediğini bulmuştur. İlgili çalışmanın çıktılarına göre; işveren markası algısı çalışanların örgütsel amaçları benimsemelerini sağlayarak örgütün misyonunu ve değerlerini özümsemesine hizmet etmekte, bu durumun sonucunda ise çalışanların örgüte karşı daha yüksek oranda bağlılık hissetmelerini sağlamaktadır.

Bu açıklamalar ışığında, çalışmanın hipotezlerini aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür.

H1. İşveren markası örgütsel bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

H2. İşveren markası duygusal bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

H2a. Uygulama değeri boyutu duygusal bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

H2b. İlgili değeri boyutu duygusal bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

H2c. Gelişim değeri boyutu duygusal bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

H2d. Sosyal değer boyutu duygusal bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.
H2e. Ekonomik değer boyutunu örgütsel bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

H3. İşveren markası devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir.
H3a. Uygulama değeri boyutu devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir.
H3b. İlgı değeri boyutu devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir.
H3c. Gelişim değeri boyutu devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir.
H3d. Sosyal değer boyutu devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir.
H3e. Ekonomik değer boyutu devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir.

H4. İşveren markası normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.
H4a. Uygulama değeri boyutu normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.
H4b. İlgı değeri boyutu normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.
H4c. Gelişim değeri boyutu normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.
H4d. Sosyal değer boyutu normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.
H4e. Ekonomik değer boyutu normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Örneklem

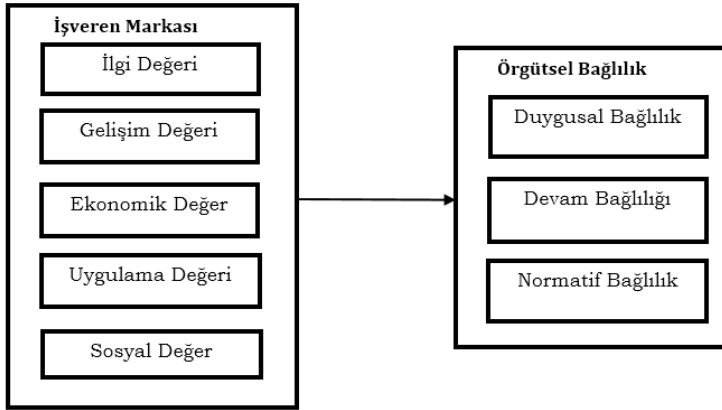
Araştırmanın ana kütesini İstanbul, İzmir ve Ankara'da hizmet sektöründe faaliyet gösteren telekomünikasyon alanında çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi olarak İstanbul, İzmir ve Ankara'da lokasyonlarının seçilmesinin nedeni; işletme popülasyonunun temsil çeşitliliğini en iyi bu illerin oluşturmalarıdır. Anketle ilgili demografik veriler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Erkek	621	59%
Kadın	434	41%
Medeni Durum		
Bekar	563	53%
Evli	492	47%
Eğitim Düzeyi		
Lise	462	44%
Lisans	531	50%
Yüksek Lisans	62	6%
Yaş		
22-28 yaş	545	52%
29-35 yaş	421	40%
36 yaş ve üzeri	89	8%
Çalışma Süresi (Kıdem)		
0-3 yıl	418	40%
4-7 yıl	384	36%
8 yıl ve üzeri	253	24%
Lokasyon		
İstanbul	372	35%
İzmir	276	26%

3.2. Araştırmanın Modeli, Yöntemi ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın kavramsal modelinde işveren markası bağımsız değişken olarak yer alırken, örgütsel bağlılık değişkeni ise bağımlı değişken olarak konumlanmaktadır. Şekil 1'de araştırmanın kavramsal modeli gösterilmektedir.



Şekil 1. Kavramsal Model

Araştırmada veri toplama aracı olarak çoktan seçmeli anket formundan yararlanılmıştır. Anket tasarımında 5'li Likert ölçeği kullanılmış olup, seçenekler tamamıyla katılmıyorum (1) seçeneğiyle tamamıyla katılıyorum (5) seçeneği arasında sıralanmıştır. Anket, demografik özelliklerle ilgili sorular, işveren markası bileşenleri soruları ve örgütsel bağlılık soruları olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Demografik özellikler; cinsiyet, medeni durum, yaş, deneyim süresi, eğitim düzeyi ve lokasyon değişkenlerinden oluşmaktadır. Araştırmaya ait anket 14.10.2019 ve 31.10.2019 tarihleri arasında gerçekleştirildiğinden, etik kurulu onayı süreci uygulanmamıştır. Ayrıca çalışma sürecince tüm etik kurallara riayet edilmiştir.

Araştırmada işveren markası ölçeği olarak, Güngördü vd. (2014) tarafından gerçekleştirilen "İşsel pazarlama bağlamında işveren markalaması üzerine ampirik bir çalışma" isimli çalışmalarında kullandıkları ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeğin temeli Berthon vd. (2005)'nin geliştirdiği 25 maddelik İşveren Çekiciliği Ölçeğine dayanmaktadır. Örgütsel bağlılık tarafında ise, Allen vd. (1998)'in duygusal, devam ve normatif olmak üzere üç alt boyuttan oluşan "Örgütsel Bağlılık" ölçeğinden yararlanılmıştır. Anketin Türkçe versiyonuna ilişkin kullanımda Gürkan (2006)'nın "Örgütsel bağlılık: Örgütsel iklimin örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi ve Trakya üniversitesinde örgüt iklimi ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırılması" çalışmasından yararlanılmıştır. Anket 18 sorudan oluşmakta olup 15, 16, 17 ve 18. sorular ters ölçekli sorular olduğundan, analizler yapılırken sorular dönüştürülmüştür. Sonuç olarak anketin ilk bölümü demografik özellikler ile ilgili 6 ifadeyi içermekteyken, ikinci bölüm işveren markası çerçevesinde oluşturulmuş 25 ifadeden oluşmaktadır. Son olarak anketi oluşturan üçüncü bölüm ise; örgütsel bağlılık değişkenine ait 18 ifadeyi kapsamaktadır.

Anketle ilgili ölçek geliştirildikten sonra, tasarım ve tutarlılıkla ilgili sağlık kontrolünü yapmak amacıyla; deneyimli hizmet sektörü yöneticileri (müdür, yönetici, takım lideri) ve akademik uzmanlardan oluşan 22 kişiden oluşan bir örnekleme sorular sorularak sonuçlar analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar üzerinden sonuçların tutarlı olduğu anlaşıldığından, anket ölçeğinin olduğu gibi kullanılmasına karar verilmiştir.

4. Analiz ve Bulgular

4.1. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Araştırmada öncelikli olarak işveren markası ve örgütsel bağlılık ölçeklerine, SPSS'te güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenilirlik analizinde her iki boyut ayrıca değerlendirilmiştir. Güvenilirlik ölçütü olarak literatürde en çok kullanılan yöntem olan Cronbach Alpha değeri kullanılmıştır. Cronbach Alpha değeri; 0 ile 1 arasında bir değer almakla birlikte, bire yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliği de artmaktadır. Ölçeklere ait Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde, işveren algısı boyutları için ($\alpha=0,979$) olarak gerçekleşirken, örgütsel bağlılık için ise ($\alpha=0,982$) değerine ulaşılmakta olup, bu değerler ölçek güvenilirliklerinin yeterli seviyede olduğuna işaret etmektedir (Tavakol ve Dennick, 2011).

4.2. Açımlayıcı Faktör Analizi

İşveren markası boyutları ve örgütsel bağlılık ölçeklerinin yapı geçerliğini test etmek üzere ölçeklere önce SPSS'te açımlayıcı faktör analizi, daha sonra ise AMOS'ta doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi kapsamında ölçeklerin faktör analizine uygunluğunu, örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ve verilerin normal dağılıp dağılmadığını tespit etmek amacıyla; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett test analizleri gerçekleştirilmiştir. İşveren markası için KMO örneklem yeterliliği değeri (0,918) iken, örgütsel bağlılık için bu değer (0,925)) olarak gerçekleşmiştir. Benzer şekilde her iki ölçeğin Bartlett testi anlamlılık düzeyi (0,000) olarak çıkmış olup bu sonuç tüm ölçeklerin örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterliliğine işaret etmektedir. Ölçeklerin faktör sayılarının bulunmasını sağlayan açıklanan varyans değerleri incelendiğinde ise; işveren markası boyutları ve örgütsel bağlılık değişkenleri için bu değerler sırasıyla: % 71,23 ve % 64,39 olarak gerçekleşmiş olup, her iki ölçek % 50 eşik değeri geçmiş bulunmaktadır (Tavakol ve Dennick, 2011).

Tüm ölçekler için KMO, Bartlett testi anlamlılık düzeyleri ve açıklanan varyans değerleri hesaplanıp kabul edilebilirlik durumları literatürdeki eşik değerlere göre kontrol edildikten sonra, faktör analizi kapsamında faktör analiz tablosuna bakılabilir. Bu tablonun incelenmesi sonucunda, işveren markası ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ait ifadelerde bazı değişiklikler yapılmıştır. Faktör analiz tablosunda gerçekleştirilen dokuz iterasyon sonucunda tüm boyutlara ait birer faktör olmak üzere, toplamda sekiz faktörlü bir ölçek oluşmuştur. Oluşan faktörlerden beşi işveren markasıyla ilgiliyken, üçü örgütsel bağlılık değişkeniyle ilişkilidir. Faktörlere ait ifadelerle ilgili olarak iyi bir faktör kombinasyonu elde etmek için yapılan aşamalı analizler sonucu, bazı ifadeler modelden çıkartılıp model her defasında tekrar çalıştırılmıştır. Aşamalı analizlerin en önemli amacı, ölçeklerin yakınsak (convergent) ve iraksak (discriminant) geçerlilik durumlarını iyileştirmektir. Yakınsak geçerlilik kapsamında düşük faktör yüklenme durumu minimize edilirken, iraksak geçerlilikte ise birden fazla ifadeye çapraz yüklenme problemi ortadan kaldırılmaktadır (Tavakol ve Dennick, 2011). Tablo 2 ve 3'deki ölçeklere ait ifadelerin faktör yüklerine bakıldığında, yakınsak ve iraksak geçerliliklerin sağlandığı görülmektedir. Diğer taraftan dokuzuncu iterasyon sonrasında, işveren markası ölçeğinden beş (ilgi değerinde ifade4, ekonomik değerde ifade2 ve ifade5, sosyal değerde

ifade1 ve ifade6), örgütsel bağlılık ölçeğinden ise iki ifade (duygusal bağlılıktan ifade4, normatif bağlılıktan ifade3) ölçekten çıkartılmıştır. Tablo 2 ve 3, sırasıyla işveren markası ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ait nihai faktör yüklerini özetlemektedir.

Tablo 2. İşveren Markası Ölçeğine Ait Faktör Analiz Tablosu

İfade	İşveren Markası				
	İlgi Değeri	Gelişim Değeri	Ekonomik Değer	Uygulama Değeri	Sosyal Değer
i1	0,787				
i2	0,699				
i3	0,856				
i5	0,674				
g1		0,771			
g2		0,714			
g3		0,609			
g4		0,761			
g5		0,678			
e1			0,639		
e2			0,722		
e4			0,643		
u1				0,872	
u2				0,599	
u3				0,675	
u4				0,862	
s2					0,694
s3					0,599
s4					0,786
s5					0,684

Tablo 2'deki veriler incelendiğinde işveren markası ölçeğine ait ilgi değeri, gelişim değeri, ekonomik değer, uygulama değeri ve sosyal değer alt boyutlarındaki faktör yüklerinin 0,599 ve 0,862 arasında değiştiği görülmektedir. Tüm bu değerler işveren markası ölçeğinin beş boyutuna ait ifadelerin yakınsak ve ıraksak geçerlilik kriterleri sağladığına işaret etmektedir. Bir başka ifadeyle işveren markası ölçeğine ait faktör yüklerinde düşük ya da çapraz yükleme problemi bulunmamaktadır.

Tablo 3. Örgütsel Bağlılık Ölçeğine Ait Faktör Analiz Tablosu

İfade	Örgütsel Bağlılık		
	Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı	Normatif Bağlılık
d1	0,701		
d2	0,613		
d3	0,806		
d5	0,588		
d6	0,806		
d7	0,588		
de1		0,685	
de2		0,628	
de3		0,523	
de4		0,675	
de5		0,779	
n1			0,593
n2			0,636
n4			0,857
n5			0,557

Tablo 3'deki veriler dikkate alındığında, örgütsel bağlılık ölçeğine ait faktör yüklerinde düşük ya da çapraz yükleme problemi bulunmamaktadır.

4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, açıklayıcı faktör analizi ile belirlenmesi zor olan gözlenen değişkenler (örneğin test puanları veya derecelendirmeleri) ile gizli değişkenler arasındaki ilişkileri incelemesi bakımından daha sağlıklı bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Bu yöntemde hangi ifadenin hangi faktör yüküne ait olduğu tespit edilmektedir (Jackson ve Gillaspay, 2009). Dolayısıyla bu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi, ölçek yapı geçerliliğini test etmek için ve bir manada açıklayıcı faktör analizinin olası eksiklerini tamamlamak için gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan anket çalışmalarında alt boyutların geçerliliğinin doğrulanması Doğrulayıcı Faktör analizi ile sağlanmaktadır.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda çıkan sonuçların kabul edilebilir sınırlar içerisinde olup olmadığını tespit etmek amacıyla, uyum indeksi değerlerinden yararlanılmaktadır (Hooper vd., 2008). Doğrulayıcı faktör analizi sonuçları neticesinde, işveren markası ve örgütsel bağlılık ölçeklerine ait uyum iyiliği değerlerinin, literatürdeki sınır değerlerin üstünde olduğu belirlenmiştir. Buradan hareketle toplanan verilerin işveren markası bileşenlerinden oluşan ölçeğin beş faktörlü yapısına, benzer şekilde örgütsel bağlılık ölçeğinin de üç faktörlü yapısına uyum sağladığı doğrulanmıştır. Gerçekleştirilen analizlere bağlı olarak oluşan uyum iyiliği değerleri Tablo 4'de özetlenmiştir.

Tablo 4. Ölçeklere ilişkin Uyum İyiliği Değerleri

Faktör/Uyum İndeksleri	χ^2/df	RMSEA	CFI	GFI	NNFI	TLI
İlgi Değeri	3,601	0,044	0,944	0,94	0,967	0,988
Gelişim Değeri	4,321	0,065	0,955	0,961	0,965	0,983
Ekonomik Değer	3,261	0,049	0,967	0,925	0,989	0,992
Uygulama Değeri	2,791	0,042	0,971	0,953	0,979	0,987
Sosyal Değer	2,621	0,045	0,983	0,946	0,99	0,981
Duygusal Bağlılık	2,272	0,042	0,992	0,951	0,964	0,982
Devam Bağlılığı	3,923	0,04	0,983	0,927	0,932	0,91
Normatif Bağlılık	2,574	0,038	0,971	0,967	0,944	0,991

4.4. Korelasyon, Güvenilirlik ve Yapı Geçerliliği Testi

Araştırmaya dahil edilen değişkenlerin yapı geçerliliği, güvenilirlik ve korelasyon değerlerine yönelik bulgular Tablo 5'de listelenmektedir.

Tablo 5. Korelasyon, Güvenilirlik ve Yapı Geçerliliği Testi Sonuçları

Değişkenler		1	2	3	4	5	6	7	8
İlgi Değeri	1	-0,83							
Gelişim Değeri	2	0,71**	-0,71						
Ekonomik Değer	3	0,59**	0,58**	-0,75					
Uygulama Değeri	4	0,65**	0,82**	0,73**	-0,67				
Sosyal Değer	5	0,71**	0,81**	0,62**	0,75**	-0,72			
Duygusal Bağlılık	6	0,67**	0,77**	0,55**	0,64**	0,68**	-0,74		
Devam Bağlılığı	7	0,69**	0,74**	0,52**	0,57**	0,57**	0,64**	-0,81	
Normatif Bağlılık	8	0,73**	0,65**	0,71**	0,63**	0,51**	0,59**	0,76**	-0,77
Ayıklanmış Ortalama Varyans (AVE)		0,56	0,45	0,58	0,55	0,51	0,59	0,56	0,57
Kompozit güvenilirlik (CR)		0,86	0,85	0,84	0,81	0,79	0,84	0,81	0,84
Cronbach's α		0,67	0,73	0,71	0,74	0,78	0,76	0,74	0,72

**p<0,01 düzeyinde anlamlı

Tablo 5'te korelasyon verileri dışında özetlenen diğer veriler yapı geçerlilik ve güvenilirlikle ilgilidir. Bu sonuçlardan hareketle, geliştirilen modelin literatürde belirtilen yapı geçerliliğiyle ilgili tüm şartları sağladığı ve güvenilir bir model olduğu belirtilebilir. (Fornell ve Larcker, 1981).

4.5. Hipotezlerin Test Edilmesi

İşveren markası ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiden oluşan yapısal modele ait araştırma değişkenleri arasında anlamlı ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla, AMOS programı kullanılarak yapısal eşitlik modeli testinden yararlanılmıştır. Araştırma modelinde tanımlanan hipotezleri test etmek için AMOS programından yararlanılarak değişkenlere yol analizi metodu uygulanmıştır. AMOS programıyla, SPSS ile karşılaştırıldığında, istatistiksel olarak daha uygun kavramsal model tasarımı yapılarak

teorik ve pratik göstergeler üretilmektedir (Schumacker ve Lomax, 2015). Yapılan analizler sonucu H1 hipotezine ilişkin sonuçlar Tablo 6'da özetlenmektedir.

Tablo 6. H1 Hipotezi Sonuç Tablosu

Hipotez	Değişken	Yol	Değişken	Yol katsayısı	t-değeri	Sonuç
H1	Örgütsel bağlılık	←	İşveren Markası	0,441	108,661	Desteklendi

Tablo 6'da yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, işveren markasının örgütsel bağlılığa pozitif yönde etki ettiği görülmektedir ($r=0,41$). Bu durumda çalışmanın ilk hipotezi (H1) kabul edilir. Araştırma modeline ait diğer üç hipotezin test edilmesinde SPSS programındaki çoklu regresyon analizi tekniğinden yararlanılacaktır. Çoklu regresyon analizinin gerçekleştirilmesi için bazı varsayımların model tarafından sağlanması gerekmektedir. Bu varsayımlar arasında; normallik, sıfır ortalama, sabit varyans, otokorelasyonun olmaması, çoklu doğrusal bağlılık olmaması ve gözlem sayısının parametre sayısından büyük olması gibi kriterler bulunmaktadır (Dobson ve Barnett, 2008). Yapılan kontrol ve analizler sonunda modeli oluşturan kavramsal yapının çoklu regresyon testine uygun olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede araştırmanın ikinci hipoteziyle ilgili sonuçlar Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Duygusal Bağlılık Boyutuna İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Model	R	R2	Standart Hata	F	P	
1	0,329	0,121	0,723	4,165	0,002	
Model		B	Standart Hata	Beta	t	P
1	Sabit Terim	1,842	0,563		3,876	0,003
	İlgi Değeri	0,391	0,089	0,234	3,021	0,003
	Gelişim Değeri	0,055	0,108	0,045	0,632	0,541
	Ekonomik Değer	-0,055	0,085	-0,062	-0,987	0,372
	Uygulama Değeri	-0,211	0,078	-0,042	-0,542	0,653
	Sosyal Değer	0,172	0,176	0,197	1,324	0,278

Araştırmanın ikinci hipotezine ilişkin çoklu regresyon analizinde, bağımlı değişken duygusal bağlılık seçilirken bağımsız değişken olarak işveren markasının beş boyutu seçilmiştir. Tablo 7'deki faktör bazlı p anlamlılık değerlerine bakıldığında; ilgi değeri boyutu için $p<0,005$ olduğundan H2b hipotezi kabul edilir. Buna karşın, işveren markasının diğer dört boyutu olan uygulama, ekonomik, gelişim ve sosyal değer faktörlerinde $p>0,005$ olduğundan H2a, H2c, H2d ve H2e hipotezleri reddedilir. Oluşan modele göre kurulacak regresyon denklemi aşağıda görülmektedir:

Duygusal Bağlılık = 1,842 + (İlgi Değeri x 0,391).

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan "İşveren markası devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir." ifadesine ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 8'de özetlenmektedir.

Tablo 8. Devam bağlılığı boyutuna ilişkin çoklu regresyon analizi bulguları

Model	R	R2	Standart Hata	F	P	
1	0,298	0,088	0,762	3,221	0,009	
Model		B	Standart Hata	Beta	t	P
1	Sabit Terim	2,336	0,464		3,777	0
	İlgi Değeri	0,168	0,012	0,135	2,922	0,001
	Gelişim Değeri	0,044	0,009	0,054	0,533	0,233
	Ekonomik Değer	-0,154	0,814	-0,161	-1,086	0,124
	Uygulama Değeri	-0,316	0,521	-0,141	-0,641	0,392
	Sosyal Değer	0,073	0,077	0,098	1,225	0,002

Araştırmanın üçüncü hipotezine ilişkin çoklu regresyon analizinde, bağımlı değişken devam bağlılığı seçilirken bağımsız değişken olarak işveren markasının beş boyutu seçilmiştir. Tablo 8'deki faktör bazlı p anlamlılık değerlerine bakıldığında; ilgi değeri ve sosyal değer boyutları için $p < 0,005$ olduğundan H3b ve H3d hipotezleri kabul edilir. Buna karşın, işveren markasının diğer üç boyutu olan uygulama, ekonomik ve gelişim değer faktörlerinde $p > 0,005$ olduğundan H3a, H3c ve H3e hipotezleri reddedilir. Oluşan modele göre kurulacak regresyon denklemi aşağıda görülmektedir:

Devam Bağlılığı = 2,336 + (İlgi Değeri x 0,168) + (Sosyal Değer x 0,073).

Araştırmanın dördüncü ve son hipotezi olan "İşveren markası normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir." ifadesine ilişkin çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 9'da özetlenmektedir.

Tablo 9. Normatif Bağlılık Boyutuna İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Model	R	R2	Standart Hata	F	P	
1	0,421	0,081	0,712	3,489	0,007	
Model		B	Standart Hata	Beta	t	P
1	Sabit Terim	2,145	0,273		3,586	0,002
	İlgi Değeri	1,023	0,201	0,056	2,731	0,002
	Gelişim Değeri	1,235	0,182	0,245	0,342	0,043
	Ekonomik Değer	0,345	0,205	0,352	-1,277	0,124
	Uygulama Değeri	1,601	0,212	0,332	-0,832	0,019
	Sosyal Değer	1,118	0,114	0,093	1,034	0,541

Araştırmanın dördüncü hipotezine ilişkin çoklu regresyon analizinde, bağımlı değişken normatif bağlılık seçilirken bağımsız değişken olarak işveren markasının beş boyutu seçilmiştir. Tablo 9'daki faktör bazlı p anlamlılık değerlerine bakıldığında; ilgi, gelişim ve uygulama değeri boyutları için $p < 0,005$ olduğundan H4a, H4b ve H4c hipotezleri kabul edilir. Buna karşın, işveren markasının diğer iki boyutu olan ekonomik ve sosyal değer faktörlerinde $p > 0,005$ olduğundan H4d ve H4e hipotezleri reddedilir. Bu modele göre kurulacak regresyon denklemi aşağıda görülmektedir:

Normatif Bağlılık = 2,145 + (İlgi Değeri x 1,023) + (Gelişim Değeri x 1,235) + (Uygulama Değeri x 1,601).

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı; işveren markası boyutlarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini incelemektir. Araştırmanın dört hipotezi bu önerme üzerine tanımlanmıştır. Hipotezlerin analizlerine ek olarak çalışmada, aynı zamanda çalışma konusunu oluşturan değişkenler arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Korelasyon analizlerinde araştırmadaki tüm boyutlar arasındaki ilişkiler incelenmiş olup, en yüksek korelasyon işveren markası boyutlarından olan gelişim değeriyle uygulama değeri arasında bulunmuştur ($r= 0,82$). Bu sonuca göre; bu iki değişkenden her hangi birinde meydana gelecek iyileşme ya da gerileme, aynı zamanda diğer değişkene aynı yönde güçlü bir boyutta etki edecektir.

Çalışmada kurgulanan dört hipotezi test etmek amacıyla, SPSS ve AMOS yapısal eşitlik programlarından yararlanılmıştır. H1 hipotezini test etmek amacıyla AMOS'ta yol analizi tekniği kullanılırken, H2, H3 ve H4 hipotezlerini test etmek amacıyla ise; SPSS'te çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan bulgular, tanımlanan hipotezleri doğrulamaktadır. İlk olarak H1 hipotezinde incelenen, işveren markasının örgütsel bağlılığa pozitif yönde etki ettiği önerme yapılan analizler sonucu desteklenmiştir. Bir başka ifadeyle, işveren markası bileşenlerinin örgütsel bağlılık üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Verma ve Ahmad (2016) "İşveren markası: Yetenekli işgücü oluşturmadaki çözüm" isimli makalelerinde iyi yapılandırılmış bir işveren markası kavramının bir işletmeye müşterileri nezdinde daha çok ürün ya da hizmet satma imkanı tanınmasının yanında, yetenekli çalışanların şirkete çekilmesi konusunda da katkı sağlayacağını savunmuşlardır. Dolayısıyla işveren markasının örgütsel bağlılığa etkisi noktasında bu araştırmanın sonuçlarıyla, Verma ve Ahmad (2016) tarafından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları örtüşmektedir. Diğer taraftan SPSS'te gerçekleştirilen çoklu regresyon analizleri sonuçlarına göre, bu alandan tanımlanan tüm hipotezler genel olarak (H2, H3 ve H4) desteklenmiştir.

Araştırmanın ikinci hipotezi olan; "İşveren markası duygusal bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir." önermesi ve alt önermeleriyle ilgili SPSS'te yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; işveren markası boyutlarından ilgi değeri anlamlılık düzeyi ($p=0,003$) $<0,05$ olduğundan H2b hipotezi kabul edilmiştir. Buna karşın işveren markasının diğer dört boyutunun duygusal bağlılığa etkisiyle ilgili hipotezler, ilgili faktör bazında anlamlılık düzey değerlerinin $0,05$ 'ten büyük olmasından dolayı, reddedilmiştir.

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan; "İşveren markası devam bağlılığına pozitif yönde etki etmektedir." önermesi ve alt önermeleriyle ilgili SPSS'te yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; ilgi değeri ($p=0,001$) ve sosyal değer ($p=0,002$) boyutlarının anlamlılık düzeyleri $0,05$ 'ten küçük olduğundan bu boyutlara ait hipotezler kabul edilmiştir. Diğer taraftan işveren markasının kalan üç boyutunun (uygulama, gelişim ve ekonomik değer) devam bağlılığı üzerine etkisini içeren hipotezler, ilgili faktör bazında anlamlılık düzey değerlerinin $0,05$ 'ten büyük olmasından dolayı reddedilmiştir.

Araştırmanın dördüncü hipotezi olan; "İşveren markası normatif bağlılığa pozitif yönde etki etmektedir." önermesi ve alt önermeleriyle ilgili SPSS'te yapılan çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre; ilgi değeri ($p=0,002$), gelişim değeri ($p=0,043$) ve uygulama değeri ($p=0,019$) boyutlarının anlamlılık düzeyleri $0,05$ 'ten küçük olduğundan bu boyutlara ait hipotezler kabul edilmiştir. Diğer taraftan işveren markasının kalan iki boyutunun (ekonomik ve sosyal değer) normatif bağlılık üzerine etkisini içeren hipotezler, ilgili faktör bazında anlamlılık düzey değerlerinin $0,05$ 'ten büyük olmasından dolayı, reddedilmiştir.

Bu çalışma, işveren markası boyutlarıyla örgütsel bağlılık boyutu arasındaki ilişkilerden türetilen bir model sunarak, özellikle hizmet sektörü alanında insan kaynakları ve örgütsel bağlılık literatürüne katkıda bulunmaktadır. İlk olarak bu

araştırma, işveren markasının örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Bu sonuca göre, bir işletmenin işveren markası seviyesini arttıracak adımlar atması aynı zamanda örgütsel bağlılık seviyesini de yükseltecektir. Daha detaylı olarak, çalışma sonunda işveren markası boyutlarında öne çıkan ilk 3 ifade sırasıyla: "İşyerimde kabul görür ve kendimi ortaya ait hissedirim" "İş arkadaşlarımla iyi ilişkilerde bulunabiliyorum" ve "Mutlu bir işyeri ortamım vardır" ifadeleridir. Bu sonuçlardan hareketle, çalışmanın uygulama tarafının gerçekleştirildiği hizmet sektörü işletmesinde, işveren markası boyutunda çalışma ortamı ve iş arkadaşları konularının olumlu manada öne çıktığı söylenebilir. Çalışanların iş yerinde genel olarak mutlu hissetmeleri ve kurumlarına karşı aidiyet hissetmeleri, bir işletme için son derece önemlidir. İşletmedeki karar vericiler, bu durumun devam ettirilmesiyle ilgili ellerinden geleni yaparak şirketin güçlü kaslarını korumalıdır. Diğer taraftan, aynı işletmede işveren markası algısıyla ilgili çalışanların en düşük puanlama yaptığı iki başlık; "Yönetim tarafından tasdik/takdir edilirim" ve "İşyerimde terfi fırsatları vardır" başlıklarıdır. Bu başlıklar iş yerinde ödüllendirme ve kariyer süreçlerinde gelişim alanları olduğuna işaret etmektedir. İşletme yöneticileri bu alanları iyileştirme adına, başta takdir konusunu önceleyen koçluk/mentörlük uygulamalarını hayata geçirebilirken, kariyer tarafında ise; dikey kariyer olanaklarından çok yatay ve matris yapılanma bağlamındaki çözümlere odaklanabilirler. İş zenginleştirilmesi ve rotasyon ise, bu çözüme örnek iki çözüm yöntemini oluşturmaktadır.

Bu çalışmadan elde edilen bulgular ile işveren markasının, örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmış olup, bu bulgular literatürdeki bulgularla tutarlılık göstermektedir. Özellikle son yıllarda insan kaynakları uygulamaları arasında işveren markası algısının artması ile birlikte akademik yazında da işveren markası ile ilgili daha çok çalışma yapılmaya başlanmıştır. İşveren markası ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyle ilgili bilişim sektöründe yapılan araştırmada, işveren markası algısının örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Kara, 2013). Benzer şekilde Bayrak'ın (2016) çalışma sonuçlarına göre, çalışanların işveren markası algısı arttığı zaman örgütsel bağlılık seviyesi artmakta, işveren markası algısı azaldığı zaman örgütsel bağlılık seviyeleri azalmaktadır. Kesoğlu ve Bayraktar'ın (2017) araştırma bulgularına göre; işveren markası ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunarak işveren markasının, örgütsel bağlılık seviyesini yukarı seviyelere çekebileceği belirtilmiştir. Diğer taraftan Nayır ve Fındıklı (2018) "İşveren Marka Yönetiminin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İstanbul'da hizmet sektöründe bir araştırma" adlı çalışmasında işveren markası yönetimi uygulamalarına yönelik algı ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir bağ olduğu sonucuna varmışlardır. Daha detaylı olarak çalışma sonucunda işveren markasında sağlanacak iyileşmenin, örgütsel bağlılığın üç boyutu olan devam, normatif ve duygusal bağlılığı anlamlı ve olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

İşveren markası ve örgütsel bağlılıkla ilgili yabancı literatürde yapılan araştırmalar kapsamında, Biswas ve Suar (2016) tarafından gerçekleştirilen "İşveren markasının öncülleri ve sonuçları" adlı çalışmada, yüksek bir işveren markası algısının öncelikle işe alım maliyetlerini ve iş gücü devir oranını düşürdüğü saptanmıştır. Bu durumun ise kademeli olarak çalışan memnuniyetini olumlu anlamda tetiklediğini, nihai zincirleme sonucu olarak ise örgütsel bağlılığın kurum içinde arttığını belirlemişlerdir. Benzer sonuçlara Latukha (2015) "Rus şirketlerinde yetenek yönetimi: Yerel zorluklar ve uluslararası deneyim" adlı çalışmalarında ulaşmışlardır. Öte yandan iyi seviyeye ulaşan işveren marka algısı, bir kurumu potansiyel çalışanlar nezdinde en iyi işveren konumuna getirebilmektedir. Bu durum işe alım sürecinde pozisyona ait yetkinlik bazlı uygun ve yetenekli çalışanları istihdam edilmesini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla böylesine bir iş ortamında çalışanlar rutin görev ve sorumluluklarından sıyrılarak, aktif kurum elçisi haline geleceklerdir. Böylesine bir ekosistemde işe alınan yüksek işveren markası,

örgütsel bağlılığı maksimize edecektir (Wallace vd., 2014). Literatürdeki tüm bu araştırma sonuçları, bu çalışmanın sonuçlarıyla uyum göstermektedir.

Gelecekte yapılması öngörülen çalışmalar çerçevesinde, bu çalışmanın kapsamı modeldeki değişkenler ve anketin açıldığı hedef kitle bağlamında zenginleştirilebilir. Değişkenler boyutunda modele işten ayrılma niyeti, çalışan memnuniyeti ve yönetici liderlik tipleri eklenebilir. Daha somut olarak işten ayrılma niyetinin nihai bağımlı değişken olduğu yeni modelde bağımsız değişkenler işveren markası, çalışan memnuniyeti ve liderlik tipleri olabilir. Bu modelde direkt ilişki hipotezleri kurgulanabileceği gibi, aracılık etkisi analizlerine de bakılabilir. Araştırma modeli hedef kitle noktasında, farklı demografilerde (lokasyon, pozisyon, çalışma şekli vs.) ve sektörlerle genişletilebilir. Diğer taraftan benzer bir çalışmanın üretim sektöründe icra edilip sonuçlarının hizmet sektöründeki bulgularla karşılaştırılması, literatüre büyük katkı sağlayacaktır.

6. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışma, Türkiye'deki hizmet sektöründe, daha özelden ise telekomünikasyon alanında gerçekleştirilmiştir. Bundan dolayı anketin sonuçlarını diğer sektörlerle yaygınlaştırmak için dikkatli olunmalıdır. Çalışmanın genellenebilmesi kapsamında, demografik özellikler genişletilerek daha büyük hedef kitleyle anket açılıp sonuçlarına bakılabilir. Bu nedenle, araştırma sonuçlarının sektörden bağımsız genellenebilirliği durumu, araştırmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Bunun yanında çalışma, bazı yönetsel bazda kısıtlamalar içermektedir. Araştırmanın uygulama aşamasının temeli oluşturan ankette bağımlı ve bağımsız değişkenler aynı katılımcılar tarafından cevaplanmıştır. Bu durum bir problem potansiyeli oluşturmakla birlikte, Harman tek faktörlü testiyle problem kontrol altına alınmıştır (Podsakoff ve Organ, 1986).

KAYNAKÇA

AHMAD, N.A. & DAUD, S. (2016). Engaging people with employer branding. *Procedia Economics and Finance, Cilt 35*, 690-698.

ALLEN N. & MEYER J P. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment. *Human Relations, Cilt 1*, 61-89.

ALLEN, N. J., GREGORY, I. & MEYER, J. P. (1998). Examination of the combined effects of work values and early work experiences on organizational commitment. *Journal of Organizational Behavior, Cilt 19(1)*, 29-52.

AMBLER, T. & BARROW, S. (1996). The employer brand. *The Journal of Brand Management, Cilt 4(3)*, 185-206.

BAYKAL, E. (2019). Creating organizational commitment through spiritual leadership: mediating effect of meaning at work. *Business & Management Studies, Cilt 7(2)*, 837-855.

BAYRAK, M. E. (2016). *İşveren markasına yönelik uygulamaların örgütsel bağlılık üzerine etkisi ve medikal sektörde bir uygulama*. (Yüksek lisans tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BERTHON, P., EWING, M. & HAH, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising, Cilt 24(2)*, 151-172.

BİSWAS, M.K. & SUAR, D. (2016). Antecedents and consequences of employer branding. *Journal of Business Ethics, Cilt 136(1)*, 57-72.

- BLASCO, F. , LORES, S.F. & TARODO, A.R. (2014). Employer branding: estudio multinacional sobre la construcción de la marca del empleador. *UCJC Business and Society Review (Formerly Known as Universia Business Review)*, Cilt 44.
- ÇİFTÇİOĞLU, A. B. (2009). *Kurumsal itibar yönetimi*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- DABIRIAN, A. , KIETZMANN, J. & DIBA, H. (2017). A great place to work!? Understanding crowdsourced employer branding. *Business Horizons*, Cilt 60(2), 197–205.
- DOBSON, A.J. ve BARNETT, A. G. (2008). *Introduction to Generalized Linear Models*, Third Edition. London: Chapman and Hall/CRC.
- DOĞAN, S. ve KILIÇ, A. G. S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirme Yeri Ve Önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 29, 37-61.
- EDWARDS, M. (2005). *Employer and employee branding: HR or PR. Managing human resources: personnel management in transition*. United Kingdom: Wiley Blackwell.
- ERKANLI, H., TOPUZ, Y. V. VE COP, R. (2015). Kişilik ve bireysel değerlerin işveren marka çekiciliği algısına etkisi: İşletme bölümü öğrencileri üzerine bir örnek uygulama. *Journal of Faculty of Political Science*, Cilt 52, 85-107.
- ESTEBAN, J. A. (2012). Creación de valor en recursos humanos a través del desarrollo de marca como empleador. *Harvard Deusto Business Review*, Cilt 210, 54–60.
- FERNON, D. (2008). *Maximising the power of the employer brand*. *Admap*, Cilt 494, 49-53.
- FORNELL, C. & LARCKER, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, Cilt 18(1), 39-51.
- FRANCA, V. & PAHOR, M. (2012). The strength of the employer brand: Influences and implications for recruiting. *Journal of Marketing & Management*, Cilt 3(1). 78-122.
- FU, W. & DESHPANDE, S. P. (2014). The impact of caring climate, job satisfaction, and organizational commitment on job performance of employees in a china's insurance company. *Journal of Business Ethics*, Cilt 124(2), 339-349.
- GÜNGÖRDÜ, A., EKMEKÇİOĞLU, E. B. & ŞİMŞEK, T. (2014). İçsel pazarlama bağlamında işveren markalaması üzerine ampirik bir çalışma. *Journal of Management, Marketing and Logistics*, Cilt 1(1), 1-15.
- HOOPER, D., COUGHLAN, J. & MULLEN, M. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Dublin Institute of Technology Articles*, Cilt 2, 53-60.
- JACKSON, D. L., GİLLASPY JR, J. A. & PURC-STEPHENSON, R. (2009). Reporting practices in confirmatory factor analysis: An overview and some recommendations. *psychological methods*, Cilt 14(1), 6-23.
- KARA, M. N. (2013). *İşveren markası ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Bilişim sektöründe bir uygulama*. (Yüksek lisans tezi), Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- KARATEPE, S. (2005). *Örgütlerde iletişim-güdüleme ilişkisi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- KESOĞLU, N. & BAYRAKTAR, O. (2017). Örgütsel bağlılık ve işveren markası arasındaki ilişki ve bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Tartışma Metinleri*, Cilt 120(2), 2-15.
- KÖSE, G. & ÇAKIR, S. Y. (2018). İşveren marka kimliğinin işe alım ilanlarına yansması: yaratıcı çalışmalar üzerine bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt 29, 165-184.
- KURUÖZÜM, A., IRMAK, S., & ÇETİN, E. İ. (2010). İşe bağlılığı etkileyen faktörler: İmalat ve hizmet sektörlerinde karşılaştırmalı bir analiz. *Bilig*, Cilt 53, 183-198.

LATUKHA, M. (2015). Talent management in Russian companies: domestic challenges and international experience. *The International Journal of Human Resource Management*, Cilt 26 (8), 1051-1075.

MEYER, J. P. & ALLEN, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, Cilt 1(1), 61-89.

NAYIR, B. & FINDIKLI, M. M. A. (2018). İşveren marka yönetiminin örgütsel bağlılığa etkisi: istanbul'da hizmet sektöründe bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. 1-18.

ÖREN, K. ve YÜKSEL, H. (2012). Marka İşveren veya İşveren Markası Kavramı: Bu Kavramın İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında ve İşçi Devir Hızı Kapsamında Değerlendirilmesi. *Kamu-İş*, Cilt 12(3),31-52.

ÖZGEN, E. ve AKBAYIR, Z. (2011). İletişim Yaklaşımlarıyla Bir Değer Önermesi: İşveren Markalaması. *Erciyes İletişim Dergisi*, Cilt 2(1), 76-86.

ÖZUTKU, H. (2008). Örgüte duygusal devamlılık ve normatif bağlılık ile iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 37(2), 79-97.

PODSAKOFF, P. M. & ORGAN, D. (1986). Reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, Cilt 12(4), 531-544.

ROSETHORN, H. (2009). *The employer brand: Keeping faith with the deal*. United Kingdom: Surrey.

SCHUMACKER, R. E. & LOMAX, R. G. (2015). *A beginner's guide to structural equation modeling, 4th Edition*. United Kingdom: Taylor and Francis.

SALANCIK, G.R. (1977). *Commitment and the Control of Organization Behavior and Belief, New Directions in Organization Behavior*. Chicago: St. Clair Press.

SEARS, D. (2003). *Successful talent strategies*. New York: Amacom.

TAVAKOL, M. & DENNICK, R. (2011). Making Sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*, Cilt 2, 53-55.

TERLEMEZ, A. G. (2012). *İşveren markasının, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisinde örgütsel çekiciliğin rolü: Türk Hava Yolları örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Genel Kurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, İstanbul.

WALLACE, M., LINGS, I., CAMERON, R. & SHELDON, N. (2014). Attracting and retaining staff: The role of branding and industry image. *In Workforce development*, 19-36.

XIAOFENG, Z. (2009). On employer brand construction of Chinese enterprises. *International Colloquium on Computing, Communication, Control, and Management*, Cilt 2, 152-155.

YÜCELER, A. (2009). Örgütsel bağlılık ve örgüt iklimi ilişkisi: teorik ve uygulamalı bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 22, 445-458.

Summary

The purpose of the present study was to determine the effect of employer brand perceptions of employees on their organizational commitment in a business operating in the telecommunication sector. Research data was obtained by 1055 employees working in a leading company in Istanbul, Izmir, and Ankara provinces. SPSS 22 and AMOS programs were used in data analysis phases. Instant research method based on primary data was used in the study, and multiple choice questionnaire form was used as data collection tool. Furthermore 5-point Likert scale was used in the survey design.

The questionnaire used in the study consists of three parts. As the employer branding scale in the research, the scale in the study titled "An empirical study on employer branding in the context of internal marketing" performed by Gungordu et al. (2014) was used. The basis of this scale is Berthon et al. It is based on the 25-item Employer Attractiveness Scale. On the organizational commitment side, "Organizational Commitment" scale designed by Allen et al. (1998) which consists of three sub-dimensions as emotional, continuation and normative was used. In the use of the Turkish version of the questionnaire, Gurkan's (2006) study, "Organizational commitment: The effect of organizational climate on organizational commitment and researching the relationship between organizational climate and organizational commitment in Trakya University" was used. The questionnaire consists of 18 questions and since the 15, 16, 17 and 18 questions are reversed-scale questions, they were transformed during the analysis. As a result, the first part of the questionnaire contains 6 statements about demographic characteristics, while the second part consists of 25 statements created within the framework of the employer brand. Finally, the third part that makes up the survey includes 18 expressions of organizational commitment variable.

SPSS and AMOS structural equation programs were used to test the four hypotheses set up in the study. While path analysis technique is used in AMOS to test the H1 hypothesis, in order to test the H2, H3 and H4 hypotheses, multiple regression analysis was used in SPSS. The findings obtained as a result of the analyzes made confirm the hypotheses defined. The proposition that the employer brand has a positive effect on organizational commitment, which was first examined hypothesis (H1), was supported at the end of the analysis. In other words, it is understood that employer branding components have a positive and significant effect on organizational commitment. Verma and Ahmad (2016) argued in their article titled "Employer Brand: The Solution in Creating A Talented Workforce" that a well-structured employer brand concept not only allows a business to sell more products or services to its customers, but also contributes to attracting talented employees to the company. Therefore, the results of the research conducted by Verma and Ahmad (2016) coincide with the results of this study regarding the effect of employer branding on organizational commitment. On the other hand, according to the results of multiple regression analyzes performed in SPSS, all hypotheses defined from this area are generally supported (H2, H3 and H4).

This study contributes to the human resources and organizational behavior literature by presenting a model derived from the relationships between employer brand dimensions and organizational commitment dimensions. This research has shown that employer branding positively affects organizational commitment. According to this result, taking steps to increase the employer brand level of an enterprise will also increase the level of organizational commitment. In more detail, the first 3 statements that stand out in employer brand dimensions are respectively: "I feel myself belonging here", "I can have good relations with my colleagues" and "I have a happy workplace environment". Based on these results, it can be said that the organization, in which the implementation part of the study was done, stands out in a positive sense in terms of the work environment and colleagues in the dimension of the employer brand. It is an extremely advantageous situation for a business that employees generally feel happy in the workplace and feel belonging to their organization. Business decision makers must maintain the company's strong muscles by doing their best to maintain this situation.

COVID-19 Salgınının Restoran İşletmeleri Üzerine Etkisi: Sapanca Örneği

Ayşegül ÇAY*, Mehmet SARIİŞİK**

Öz

COVID-19 birçok sektörde olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Yiyecek içecek işletmeleri bu etkiyi en çok hisseden sektörlerden birisi olarak dikkat çekmektedir. Bu araştırmada Sapanca'da faaliyet gösteren restoran işletmelerinin COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini ve salgın sonrasına yönelik işletmecilerin görüş ve beklentilerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma nitel yöntemle hazırlanmıştır. Toplam 15 restoran işletme yöneticisi ile telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi ile belirli temalara ayrılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre COVID-19'un Sapanca'daki restoranlar üzerinde olumsuz ekonomik etkileri dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra personelin psikolojik yönden olumsuz etkilenmesi ve işini kaybetme korkusu, müşteri sayısının düşmesi ve müşterilerde kaygı oluşumu gibi etkileri de söz konusudur. Yöneticilerin önemli bir kısmının geleceğe yönelik beklentileri olumsuz yönde olup sokağa çıkma kısıtlamasının devam etmesi, önlemler alınarak işletmelerin açılması ve ekonomik destek verilmesi gibi görüş ve beklentileri ilk sıralarda yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19 Salgını, Turizm Endüstrisi, Yiyecek İçecek Sektörü, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Restoran

The Effect of the COVID-19 Pandemic on Restaurant Businesses: Sample of Sapanca

Abstract

The COVID-19 has had negative effects in many sectors. Food and beverage businesses stand out as one of the sectors that feels this effect the most. In this study, it was aimed to determine how restaurant businesses operating in Sapanca were affected by the COVID-19 epidemic and the opinions and expectations of the operators for the post-epidemic. The research has been prepared with a qualitative method. With a total of 15 restaurant business managers were made telephone interviews. The data obtained are divided into specific themes with content analysis. According to the results of the research, the negative economic effects of COVID-19 on the restaurants in Sapanca draw attention. In addition to this, there are effects such as psychologically negative effects of



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 18.02.2021

Kabul/Accepted: 22.11.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbdt.881447>

* Doktora Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Sakarya, Türkiye, E-posta: aysegulcay@outlook.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6212-7811>

** Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Sakarya, Türkiye, E-posta: msariisik@subu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-0681-6137>

the personnel and fear of losing their job, decrease in the number of customers and anxiety in customers. An important part of the managers' expectations for the future are negative and their opinions and expectations such as the continuation of the curfew, opening of the businesses by taking precautions and providing economic support are at the first ranks.

Keywords: COVID-19 Pandemic, Tourism Industry, Food and Beverage Sector, Food and Beverage Businesses, Restaurant

1. Giriş

Geçmişten bugüne dünya birçok salgın hastalıkla yüzleşmek zorunda kalmıştır. Özellikle 21. yüzyılda ebola, kuş gribi, domuz gribi, deli dana hastalığı, kırım-kongo kanamalı ateşi, SARS ve MERS gibi hastalıklar en çok olumsuz etki yaratan salgınlar arasında gösterilmektedir (Alpago & Alpago, 2020, s. 103). İlk olarak aralık ayının sonlarına doğru Çin'in Vuhan Eyaleti'nde ortaya çıkan COVID-19 (Yeni Koronavirüs Hastalığı), insanlarda ateş, öksürme, nefes darlığı gibi solunum yolu şikâyetleri ile beliren ve bir grup hastada yapılan inceleme sonucu 13 Ocak 2020'de tanımlanmış bir virüstür. Başlangıçta salgın bu eyaletteki deniz ürünleri ve hayvan pazarında bulunan kişilerde tespit edilmiş ve daha sonra insandan insana bulaşarak tüm dünyaya yayılmıştır (Url-1). 2003 yılında ortaya çıkan şiddetli akut solunum sendromuna (SARS) benzer şekilde insanlar arasında hava yoluyla bulaşan bir hastalıktır (Yang vd., 2020, s. 1). Sağlığın yanı sıra insanlar üzerinde psikolojik etkiler yaratırken (Cao vd., 2020, s. 3; Rajkumar, 2020, s. 2; Zhang vd., 2020, s. 49), insanların günlük yaşamını ve sosyal hayatını da etkilemiştir (Mishra vd., 2020, s. 2). Aynı zamanda genel refah üzerinde ciddi riske yol açan ve ekonomik faaliyetleri durduran bir salgındır (Mofijur vd., 2020, s. 37).

COVID-19 dünya genelinde çoğu sektör üzerinde olumsuz sıkıntılar ortaya çıkarmıştır. Dünya ekonomisini, farklı ticaret ve iş sektörlerini ve turizm sektörlerini ciddi şekilde etkilemiştir (Mishra, 2020, s. 2). Bu sektörlerden biri de yiyecek içecek sektörüdür. Yiyecek içecek işletmelerinde insanların toplu olarak bir araya gelmesi salgın riskini artırdığı düşünüldükçe birçok ülkede kapatılmış ve paket servise yönelmişlerdir. Bu da yiyecek içecek işletmeleri üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Fakat salgının yiyecek içecek işletmeleri üzerindeki etkileri henüz tam anlamıyla bilinmemektedir. Bu neden doğrultusunda araştırmanın amacı, Sapanca ilçesinde bulunan restoranların COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini ve salgın sonrasına yönelik sektör temsilcilerinin görüşlerini belirlemek ve buna yönelik çözüm önerilerini ortaya koymaktır. Salgının yiyecek içecek işletmeleri üzerine etkisi hakkında çalışma sayısı alan yazında az sayıda yer almaktadır. Bu anlamda bu çalışmanın alan yazına katkı sağlayacağı da düşünülmektedir.

2. COVID-19 Salgınının Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkisi

Genel bir yaklaşımla turizm endüstrisi, ekonomik krizler (Yıldız & Durgun, 2010, s. 11), terör olayları (Akıncı & Yılmaz, 2015, s. 51; Arana & Leon, 2008, s. 299; Sönmez vd., 1999, s. 1), salgın hastalıklar (McAler vd., 2010, s. 106; Seabra vd., 2013, s. 502), savaşlar (Smith, 1998, s. 202) ve doğal afetler (Rossello, 2020, s. 2) başta olmak üzere bir çok olumsuz gelişmelerden olumsuz etkilenmiştir. Salgın hastalıklar arasında, SARS, kuş gribi, domuz gribi ve ebola bu endüstriyi sıkıntıya sürükleyen en önemli salgınlar arasında gösterilmiştir (Çeti & Ünlüoğan, 2019, s. 122). Salgın hastalık dönemlerinde insanların turizme katılımda çekimserlik gösterdikleri dikkat çekmektedir (Kiper vd., 2020, s. 529).

Çünkü turistler gidecekleri destinasyonda salgın hastalık olup olmaması konusunda hassastır (İçöz, 2005, s. 148). Bu açıdan değerlendirildiğinde salgın gibi durumlarda turizm faaliyetlerinin en çabuk vazgeçilen seçenek haline geldiği görülmektedir. Bununla birlikte COVID-19 salgını nedeniyle gerçekleştirilen seyahat kısıtlamaları yolcu hareketliliğini sonlandırmış, konaklama sektörü faaliyetlerini durma noktasına getirmiş ve turizm gelirlerinde düşüşlere neden olmuştur (Soylu, 2020, s. 183). Salgının hem turizm talebi (Kuo vd., 2008, s. 917; Polyzos vd., 2020, s. 1; Seabra vd., 2013, s. 502) hem de arzı üzerinde (konaklama, yeme-içme, eğlence yerlerinin kapatılması) sert olumsuz etkileri olmuştur (Uğur & Akbiyık, 2020, s. 2).

3. COVID-19 Salgınının Yiyecek İçecek Sektörü Üzerinde Etkisi

Geçmişte yiyecek içecek işletmeleri kuş gribi, domuz gribi, deli dana hastalığı (BSE), salmonella virüsü gibi pek çok salgın hastalıkla karşı karşıya kalmış ve bu salgın hastalıklar işletmeleri finansal yönden olumsuz etkilemiştir (Kim vd., 2020, s. 33). Bunun yanı sıra SARS salgını da restoranlar üzerinde olumsuz etkiler yaratmıştır. Örneğin, 2003 yılında SARS salgını nedeniyle Hong Kong'daki restoranların işlerinde önemli azalmalar meydana gelerek likidite sorunu yaşandı ve binlerce işçiyi işten çıkarmak veya ücretsiz izin almaya zorlamak zorunda kalındı (Tse vd., 2006, s. 7). Benzer şekilde COVID-19 nedeniyle de yiyecek içecek işletmeleri üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarmış ve çıkarmaya da devam etmektedir. Örneğin, salgın nedeniyle birçok restoran işletmesi kapanmış ve istihdam kayıpları yaşanmıştır (Brizek vd., 2020, s. 3). Norveç Turizm Örgütü'nün 31 Mart 2020'de yayınladığı raporda oteller, yiyecek işletmeleri ve diğer turistik tesislerin personel sayılarında en büyük düşüşün gerçekleştiğine dikkat çekilmektedir (Gössling vd., 2020, s. 8).

COVID-19, Kuzey Amerika, Avrupa, Asya Pasifik ve dünyanın birçok yerindeki bölgelerde yiyecek içecek sektörünü etkilemiş ve virüsün ortaya çıktığı yer olan Çin'de ilk olarak restoran ve kafeler kapatılmış ve daha sonra virüsün yayıldığı diğer ülkelerde de bu uygulama sürdürülmüştür (Sürme, 2020, s. 23). COVID-19 salgınının başlangıcında Türkiye'de kalabalık ve yakın teması engellemek için cami, kilise, müze, restoran, kafe, adliye ve kuaför gibi iş yerleri ve kamu kurumlarında kapanma kararı alınmıştır (Kıvılcım, 2020, s. 19). Daha sonra 1 Haziran 2020 tarihinde belirli kurallar çerçevesinde yeniden açılma kararı verilmiştir (Url-2). Bu kuralların yanı sıra otel işletmelerine de belirli kurallar getirilmiştir (Url-3). Örneğin, otellerin restoranlarında açık büfedeki yiyeceklerin servisinin personel tarafından yapılmaya başlanmasıdır (Url-4). Daha sonrasında vaka sayılarında artış görülünce 20 Kasım 2020 tarihinde restoran, lokanta, kafeler gibi yiyecek içecek işletmelerinde yalnızca paket servis veya gel al hizmeti başlatılmıştır (Url-5). Bunun sonucunda özellikle yüksek ücretli kiralar ödeyen bazı işletmeler mekanlarını kapatarak farklı 2-3 noktada butik ve küçük alanlar açarak tamamen paket servise yönelmiştir (Url-6). İşletmelere getirilen bu kurallar işletmelerde mali yönden fazladan bir gider oluşturmuş ve birçok yönden kayıp yaşanmıştır. Düzenlemeler işletmelerin maliyetlerine yansiyabilir ve dolayısıyla fiyatları etkileyebilir ama bu uygulamalar tüm tesislere uygulanacağı için fiyatın artması talebi ters yönde etkilemeyecektir (Demir vd., 2020, s. 97). Salgın sonrası bazı yiyecek içecek işletmelerinin sunduğu ürünlerin talep fiyat esnekliği %24 azalma göstermekte ve bunun nedeni olarak normalleşme döneminde üst üste yapılan zamlar gösterilmektedir (Oğuz, 2020). Yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerine göre COVID-19 nedeniyle sektörde ekonomik daralmalar, işten çıkarmalar olabileceği ve bu nedenle stres ve sorumluluğun artacağı belirtilmektedir (Bucak & Yiğit, 2020, s. 4-5).

Hazır yemek üreten bazı firmalarda ise önemli derecede kapasite kaybı yaşanmıştır (Şen, 2020, s. 93). Koronavirüs'ün personelden gıda ürünlerine ve gıda

yüzeylerine yayılma riski olabileceğinden (Yekta vd., 2020, s. 2) salgın sonrası tek kullanımlık ekipmanlar kullanılmış ve yiyecek ürünleri ambalajlı hale getirilerek sunulmaya başlamıştır. Müşterilerin ise çorba, ana yemek vb. yerine sandviç gibi yiyecekleri daha çok tercih ettiği ifade edilmektedir (Şen, 2020, s. 96).

4. Araştırma Yöntemi

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Sapanca ilçesinde faaliyet gösteren restoranların yöneticilerinin COVID-19 salgınından etkilenme düzeyleri ve salgın sonrasına yönelik olası gelişmelere ilişkin görüşlerini belirlemek ve buna ilişkin çözüm önerileri sunmaktır. Böylece gelecekteki olası salgınlara ilişkin yaşanan sorunlar ve uygulamalar konusunda yol haritasının belirlenebilmesine yardımcı olunabilecektir. Ayrıca sınırlı sayıdaki ilgili alan yazında yer alan araştırmalara destek sağlanabilecek ve yapılacak yeni çalışmalara da kaynak teşkil edebilecektir.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Sapanca'daki T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı ve belediye işletme belgeli restoranlar oluşturmaktadır. Araştırma evreninin Sapanca'daki restoran işletmeleri olarak seçilmesinin nedeni, araştırmacının ikametgâh yerine yakın olması, Sapanca'nın önemli turizm çekim merkezlerinden birisi olması, kısa süreli tatiller ve göl civarına kurulan yiyecek içecek işletmeleri için çokça tercih edilmesi, hafta sonu çok sayıda günübirlikçi ağırlaması unsurlarının önem taşımamasından kaynaklıdır. Turizm endüstrisinin COVID-19 salgını nedeniyle olumsuz etkilenmesinin restoran işletmelerini de etkileyeceği varsayılmıştır.

Sakarya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden temin edilen verilere göre Sapanca'da 1 adet bakanlığa bağlı işletme belgeli restoran bulunmaktadır. Belediye belgeli restoranlar hakkında bilgi edinmek amacıyla gerekli yerlere müracaat edilmiştir ancak belediye belgeli restoranların tam sayısına ulaşılamamıştır. COVID-19 salgınında restoranlara uygulanan yeni kurallar nedeniyle işletmelerin birçoğu kapanmıştır. Bu nedenle görüşme talebini kabul eden ve telefon ile ulaşılabilen restoran yöneticileri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu açıdan araştırma örneklemini belirlerken olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Kolayda örnekleme tekniği, araştırmacının çalışması için gerekli gördüğü büyüklükteki örnekleme sayısına ulaşmaya kadar en kolay ve ulaşılabilir deneklerden veri toplamaya çalışmasıdır (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 132).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı işletme belgeli 1 adet restorana telefon ile ulaşılmaya çalışılmıştır fakat ulaşılamamıştır. Bu nedenle araştırma kapsamına yalnızca belediye belgeli restoranlar alınmıştır. Telefon aracılığıyla ulaşılabilen ve görüşme talebini kabul eden 15 işletme ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma örneklemine dahil edilen işletmeler 1 Haziran 2020 sonrası hizmet veren işletmelerdir. İşletmelerin COVID-19 salgını dolayısıyla kapalı olması araştırmanın önemli kısıtlarından biri olduğu söylenebilir. Ayrıca araştırmanın yalnızca Sapanca bölgesindeki restoran işletmelerini kapsamaması da diğer bir kısıttır.

4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Analizi

Araştırma konusu, mevcut alan yazın araştırması yapılarak ikincil kaynaklarla açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma konusuyla ilgili derinlemesine bilgi ve birincil kaynakları elde edebilmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden yarı-biçimsel

görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği, iki veya daha fazla kişi arasında belirli bir düzende ve belirli bir amaç için yapılan soru-cevap şeklindeki söyleşilerdir (Coşkun vd., 2017, s. 99). Görüşme tekniği ile deneyim, tutum, düşünce, niyet, yorum, tepki ve zihinsel algılar biçiminde gözlenemeyen hususları anlamaya çabalanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 130). Yarı-biçimsel görüşme tekniği ise araştırmacının genel olarak bir yol haritasına sahip olması ve katılımcıların ilgi ve bilgisine göre genel bir çerçeve içerisinde farklı sorular yönelterek konunun değişik boyutlarını ortaya çıkarılmasını kapsamaktadır (Coşkun vd., 2017, s. 101). COVID-19 salgını nedeniyle risk oluşturulmaması açısından görüşmeler telefon aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. Telefonda sorular yöneltilerek katılımcıların yanıtları not edilmiştir. Görüşmeler 15.12.2020-18.12.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler sonucu elde edilen bulgular nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İçerik analizi, toplanan verileri açıklamak amacıyla kavramlara ve bilgilere ulaşmak, birbirine benzer verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya toplamak ve ortaya çıkan okuyucunun anlayacağı şekilde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 242). Araştırma soruları ise mevcut alan yazından elde edilen bulgular ve akademisyen görüşleri ışığında geliştirilmiştir. Sorular oluşturulduktan sonra Sapanca'daki 4 adet restoran işletmesi ile pilot görüşmeler yapılmıştır ve sorulara son şekli verilerek toplamda 13 soru sorulmuştur.

5. Bulgular

Bu bölümde görüşme gerçekleştirilen katılımcıların yanıtları analiz edilerek ortaya koyulmuştur. Katılımcılara öncelikle demografik özellikleri ve işletmelerin özellikleri sorulmuştur. Katılımcıların demografik özelliklerinin sorulmasının nedeni COVID-19 salgını durumunda işletmeleri için aldıkları kararların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve deneyim sürelerine göre bir farklılık gösterip göstermediğine dair fikir edinebilmek içindir. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Deneyim (yıl)	İşletme Pozisyonu
K1	Kadın	21-30	Üniversite	1-5	İşletme müdürü
K2	Erkek	21-30	Lise	1-5	İşletme sahibi
K3	Erkek	41-50	Üniversite	21+	İşletme sahibi
K4	Erkek	31-40	Üniversite	6-10	İşletme sahibi
K5	Erkek	21-30	Lise	11-15	İşletme sahibi
K6	Erkek	51-60	İlkokul	16-20	İşletme sahibi
K7	Kadın	41-50	Lise	21+	İşletme sahibi
K8	Erkek	61+	Üniversite	1-5	İşletme sahibi
K9	Erkek	31-40	Üniversite	6-10	İşletme sahibi
K10	Erkek	31-40	Lise	11-15	İşletme sahibi
K11	Erkek	51-60	Lise	21+	İşletme sahibi
K12	Erkek	41-50	Üniversite	6-10	İşletme sahibi
K13	Erkek	31-40	Lise	16-20	İşletme sahibi
K14	Kadın	31-40	Lise	16-20	İşletme sahibi
K15	Erkek	31-40	İlkokul	16-20	İşletme sahibi

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

Katılımcıların 3'ü kadındır. Katılımcıların yaşları ise en fazla 31-40 arası (n=6) olduğu görülmektedir. Eğitim düzeyleri ağırlıklı olarak lise (n=7) düzeyindedir. Sektörde deneyim süreleri ise en çok 16-20 yıl (n=4) arası değişmektedir. Bir katılımcı müdür olmak üzere diğerleri işletme sahibidir. İşletme hakkında bilgilerin sorulmasının nedeni ise hem araştırmaya dahil edilen işletmenin evreni temsil edebilme yeteneğini ortaya koyabilmek hem de işletme özelliklerine göre COVID-19 salgını etkilerinin durum tablosunda bir farklılık olup olmadığını görebilme için. İşletme özelliklerine yönelik bulgular Tablo 2'de yer almaktadır.

İşletme	İşletme Şekli	İşletmenin Hizmet Süresi	İşletme Servis Kapasitesi	Personel Sayısı	COVID-19 Sonrası Personel Sayısı	Servis Şekli	Ürün Konsepti	Paket Servis Hizmeti
İ1	Otele bağlı	11-15	101+	50	10	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ2	Bağımsız	1-5	21-40	3	3	A'la Carte	Hepsi	Var
İ3	Bağımsız	1-5	101+	24	5	A'la Carte	Et	Var
İ4	Bağımsız	6-10	81-100	6	3	A'la Carte	Et	Var
İ5	Bağımsız	6-10	101+	8	2	A'la Carte	Et	Var
İ6	Bağımsız	1-5	81-100	5	5	A'la Carte	Et	Yok
İ7	Bağımsız	1-5	101+	8	8	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ8	Bağımsız	1-5	101+	6		A'la Carte	Hepsi	Yok
İ9	Zincir	6-10	21-40	4	3	A'la Carte	Pizza ve yan ürünleri	Var
İ10	Bağımsız	16-20	101+	17	17	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ11	Bağımsız	11-15	41-60	13	3	Açık büfe	Et	Var
İ12	Bağımsız	1-5	21-40	0	0	A'la Carte	Hepsi	Var
İ13	Bağımsız	6-10	101+	8	5	A'la Carte	Hepsi	Yok
İ14	Bağımsız	11-15	101+	6	0	Self servis	Balık, gözleme, kahvaltı	Yok
İ15	Bağımsız	1-5	101+	12	1	A'la Carte	Et	Var

Tablo 2: İşletme Özelliklerine Yönelik Bulgular

İşletmelerden ikisi zincir ve otele bağlı olmak üzere geri kalanı bağımsız işletmelerdir. İşletmelerin hizmet süreleri ağırlıklı olarak 1-5 yıl (n=7) arasında değişmektedir. İşletmelerin servis kapasiteleri genel olarak 100 ve üzeridir. Personel sayılarının ise COVID-19 döneminde azaldığı görülmektedir. İşletmelerin servis şekilleri ise genel olarak A'la Carte şeklindedir. Ürün konseptleri en çok hepsi (n=7) ve et (n=6) olarak belirtilmiştir. Paket servis, alınan yeni kararlar uygulanmaya başlamıştır. Bu anlamda her işletmede paket servis hizmeti verilmemektedir. Paket servis hizmeti olan işletme sayısı 8 adettir. Paket servis hizmeti olmayan işletmeler ise 20 Kasım 2020 kararı sonrası kapatmıştır.

Katılımcılara COVID-19'un restoranlara etkilerine yönelik 13 soru yöneltilmiştir. Elde edilen yanıtlar içerik analizi sonucu Tablo 3'te özetlenmiştir.

SORU	TEMA	N	KATILIMCI
1.COVID-19 salgınının işletmenize ekonomik yönden ne gibi etkileri oldu?	Satışların azalması	10	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K9, K11, K12, K14
	Maddi kayıp	5	K1, K2, K3, K11, K13
	Personel sayısını düşürmek zorunda kalmak	4	K1, K2, K8, K11
	İşletmenin kapanması	4	K6, K7, K10, K13
	Müşteri kaybı	3	K5, K10, K14
	İşletme giderlerini ödemedeki zorluk	2	K3, K5
	Paket servis yapılmaması	2	K1, K10
	Paket servise talep olmaması	1	K3
	Toplu organizasyonları yapamama	1	K7
	Personel giderlerini ödemedeki zorluk	1	K3
	Paket serviste yan ürünlere (tatlı, içecek vb.) talep olmaması	1	K4
2.Ekonomik etkiler için nasıl bir çözüm yoluna gittiniz?	Çözüm yok	8	K1, K3, K4, K7, K8, K10, K14, K15
	Kendi bütçelerinden harcamak	3	K6, K11, K13
	Devlet kredi desteğinden yararlanmak	2	K9, K13
	Broşür bastırmak	1	K2
	Online satış platformuna üye olmak	1	K2
	Başka bir iş kurmak	1	K5
	Reklam çalışmalarını yoğunlaştırmak	1	K12

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri

3.COVID-19 salgını nedeniyle sizde ve personelde stres artışı, motivasyon düşüşü veya iş dolayısıyla hastalık kaygısı gibi psikolojik yönlü etkilerle karşılaştınız mı?	Hastalık kaygısı	10	K1, K2, K3, K4, K6, K7, K9, K11, K12, K13
	Stres	3	K1, K2, K9
	Moral düşüklüğü	2	K5, K9
	Psikolojik yönlü bir etkiyle karşılaşmadık	2	K8, K14
	Ekonomik kaygı	2	K10, K15
	İş kaygısı	1	K5
	Gelecek kaygısı	1	K2
	İşini rahat yapamama	1	K7
4.COVID-19 salgını nedeniyle işletmede sunulan ürünlerde fiyat değişikliği yapıldı mı?	Yapılmadı	13	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12, K13, K14, K15
	Yapıldı	2	K2, K10
5.COVID-19 salgını sonrası müşterilerin yemek tercihlerinde değişim oldu mu?	Değişmedi	13	K1, K2, K3, K6, K7, K8, K9, K10,

			K11, K12, K13, K14, K15
	Ekmek arası yemeğe talep artışı	1	K4
	Pakete yönelme	1	K5
6.COVID-19 salgını dolayısıyla gelen müşteri sayınız düştü mü?	Evet	14	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12, K13, K14, K15
	Hayır	1	K10
7.Size göre gelen müşterilerde kaygı veya normal zamana göre farklı bir durum var mıydı?	Kaygı	7	K2, K3, K4, K7, K8, K12, K13
	Farklı bir durum yoktu	7	K1, K6, K9, K10, K11, K14, K15
	Yurtdışından gelen turistlerden tedirgin olmak	1	K3
	İşletme mutfağını kontrol etmeyi istemek	1	K5
8.COVID-19 salgını nedeniyle işletmede işini kaybedenler oldu mu? Ücretsiz izin veya dönüşümlü çalışma gibi uygulamalarda bulundunuz mu?	Ücretsiz izin	8	K1, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K11
	İşini kaybedenler oldu	5	K2, K5, K11, K13, K15
	İşini kaybeden olmadı	5	K1, K3, K4, K6, K10
	Dönüşümlü çalışma	2	K1, K5
	Kendi tercihleri ile ayrılanlar oldu	2	K9, K14
	Kısa çalışma ödeneğine başvurmak	1	K10

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri (devamı)

9.Sağlık Bakanlığı'nın 1 Haziran'dan sonra uygulanan COVID-19 rehberi uygulamalarıyla işletmelerde oluşan yeni düzen işletmeyi olumlu/olumsuz nasıl etkiledi?	Sağlık açısından olumlu	6	K1, K6, K7, K13, K14, K15
	Temizlik/dezenfektan ürünlerinin maliyetinin olumsuz etkisi	5	K4, K7, K8, K9, K11
	Maliyetlerin artması	3	K1, K2, K3, K13, K14
	Masa düzeni sonucu kişi sayısı düşmesi	3	K5, K10, K11
	Ürünlerin tek kullanımlık hale gelmesi	2	K8, K9
	Hijyene önem arttı	1	K1
	Çalışma saatlerinin kısıtlanmasından dolayı iş yapamama	1	K2

	Müşterilerin uygulamaları beğenmemesi	1	K3
	Ambalaj giderlerinin artması	1	K9
	İş hacminin düşmesi	1	K12
10.COVID-19 pandemi süreci meydana geldikten sonra yeni stratejiler belirlediniz mi?	Belirlenmedi	6	K2, K3, K7, K9, K11, K12
	Personel çalışma saatlerini düzenlemek	1	K1
	Mekânı genişletmek	1	K4
	Hijyene dikkat etmek	1	K5
	Arap turistleri almamak	1	K6
	İşletmeyi temelli kapatmak	1	K8
	Masa düzenini değiştirmek	1	K10
	Personel sayısını azaltmak	1	K13
	COVID-19 sürecindeki önlemleri sonrasında da devam ettirmek	1	K14
Online satış platformuna üye olmak	1	K15	
11.COVID-19 salgını sonrası restoran işletmelerinin geleceğine yönelik beklentileriniz nelerdir?	Her şey normale dönecek	5	K4, K5, K7, K9, K10, K14
	Bir fikrim yok	3	K6, K8, K13
	Kötüye gidecek	2	K1, K2
	COVID-19 dönemi algısı kalıcı olacak	1	K1
	Ekonomiyi etkileyecek	1	K2
	Bu işi bırakmak zorunda kalanlar olacak	1	K3
	Normale döndüğünde paket servis bırakılacak	1	K7
	Dışarıda yemek lüks olmaya başlayacak	1	K9
	Normale dönülse bile insanlar korkacak	1	K11
	Yükseliş olacak	1	K12
	Restoranlar zor duruma düşecek	1	K15

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri (devamı)

12.Turizm faaliyetleri normale döndüğü zaman işletmeniz faaliyetlerinin de normale döneceğini düşünüyor musunuz?	Evet	13	K1, K2, K4, K5, K6, K7, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15
	Hayır	2	K3, K8
13.COVID-19 salgını döneminin restoran işletmeleri üzerine etkilerine yönelik çözüm önerileriniz nelerdir?			
	Önerim yok	6	K1, K5, K6, K13, K14, K15

	İnsanlara ve işletmelere belirli bir süre kısıtlama getirilmeli	3	K2, K3, K12
	Önlemler alınarak işletmeler açık kalmalı	2	K10, K11
	Paket ve gel al yapılamayan işletmelere devlet destek vermeli	1	K4
	Son kısıtlama olmadan önce denetimler arttırılmalydı	1	K7
	Devlet dairelerine olan borçlar ertelenmeli	1	K9
	Ekonomik destek olmalı	1	K9

Tablo 3: Katılımcıların COVID-19'un Restoranlara Etkilerine Yönelik Görüşleri (devamı)

COVID-19'un restoranlar üzerine ekonomik yönlü etkileri arasında en çok satışların azalması (n=10) belirtilmiştir. Bunun yanı sıra diğer öne çıkan etkiler ise maddi kayıp, personel sayısını düşürmek zorunda kalmak, işletmenin kapanması ve müşteri kaybıdır. Katılımcıların yanıtlarına göre ekonomik etkiler için işletmeler en çok çözüm yok (n=8) yanıtını vermişlerdir. Diğer öne çıkan temalar ise kendi bütçelerinden harcamak ve devlet kredi desteğinden yararlanmak şeklindedir. İşletmelerde personelin önemi çok büyüktür. Bu açıdan personelin de salgın durumundan nasıl etkilendiği belirlenmek istenmiştir. COVID-19 döneminde işletmeciler ve personellerinin en çok hastalık kaygısı (n=10) duydukları ortaya çıkarılmıştır. Stres, moral düşüklüğü, ekonomik kaygı gibi hususlar da etkiliyken psikolojik yönlü etkiyle karşılaşmadığını belirten işletmelerde olmuştur. Çoğu katılımcı işletmelerinde COVID-19 döneminde fiyat değişikliği (n=13) yapmadığını belirtmiştir. Müşterilerin yemek tercihlerindeki değişim işletmeleri de etkileyecektir. Bu anlamda bu husus önem arz etmektedir. Katılımcıların çoğu müşteri tercihlerinde değişim olmadığını (n=13) ifade etmiştir. Bunun yanı sıra ekmeğin arası yemeğe ve pakete talep olduğunu belirtenler de bulunmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu COVID-19 nedeniyle müşteri sayılarının düştüğünü ifade etmiştir. İşletmelerin odak noktasında müşteriler bulunmaktadır. Müşterilerin durumlarındaki farklılık işletmelere yansiyebilir. Örneğin, kaygılı olmaları tercihlerini etkileyebilir. Bu da dolaylı olarak işletmeye etki edebilir. Bu açıdan müşterilerin salgın sonrası değişimlerinin olup olmadığını belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu anlamda işletmecilerin gözlemleri sorulmuştur. Katılımcıların yanıtlarına göre bir kısmı müşterilerde kaygı (n=7) olduğunu düşünürken diğer bir kısmı herhangi bir farklı durum olmadığını (n=7) belirtmiştir. İşletmelerin çoğu çalışanlarını ücretsiz izne (n=8) yönlendirmiştir. İşletmelerde işini kaybedenler (n=5) olmuştur. Bunun yanı sıra dönüşümlü çalışma uygulamaları da bulunmaktadır. Katılımcıların yanıtlarına göre en sık verilen yanıt sağlık açısından olumlu (n=6) olduğunu düşündükleridir. Öte yandan temizlik/dezenfektan ürünlerinin maliyetinin olumsuz etkisi, maliyetlerin artması, masa düzeninin etkisi gibi sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Katılımcıların en sık verdikleri yanıt COVID-19 döneminde yeni bir strateji belirlemedikleri (n=6) yönündeyken mekânı genişletmek, hijyene dikkat etmek, Arap turistleri almamak, işletmeyi tamamen kapatmak şeklinde öne çıkan yanıtları da bulunmaktadır. COVID-19 salgını sonrası yiyecek sektörünün geleceğine ilişkin görüşlerine dair yanıtlar incelendiğinde katılımcılar her şeyin normale döneceğini (n=5), fikirleri olmadığını, kötüye gideceği yanıtlarının öne çıktığı görülmektedir. Katılımcıların geneli turizm faaliyetleri normalde döndüğü zaman işletmelerinin faaliyetlerinin de normale döneceğini (n=13) belirtmişlerdir. Katılımcıların

yanıtlarına göre insanlara ve işletmelere belirli bir süre kısıtlama getirilmeli, önlemler alınarak işletmeler açık kalmalı, paket ve gel al yapılamayan işletmelere devlet destek vermeli gibi hususlar öne çıkmıştır.

6. Sonuç

Tüm dünyada etkili olan COVID-19 salgını ile çoğu sektörde olumsuz etki meydana geldi. En çok da ulusal ve uluslararası seyahatin kısıtlanmasıyla turizm endüstrisi etkilendi. Turizm bölgelerinde turizmden beslenen alt sektörlerden biri olan yiyecek içecek işletmeleri de aynı şekilde olumsuz etkilenmektedir. Bu anlamda araştırmada Sapanca bölgesindeki restoran işletmelerinin COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini ve salgın sonrasına yönelik sektör temsilcilerinin görüşlerini belirlemek ve buna yönelik çözüm önerilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre COVID-19'un Sapanca'daki restoranlar üzerinde ekonomik yönde olumsuz etkileri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu etkiler işletmelerin gelirlerinin düşmesine neden olmuş ve bazı işletmeler kapanmak zorunda kalmıştır. Özellikle bu dönemde yeni koyulan paket servis ve gel al kuralıyla çoğu işletmeci işletmelerini iş yapamadığı için kapatmak durumunda kalmıştır. Sapanca turistik bir bölge olduğu için genellikle hizmet veren restoranlar turizmin fırsatlarından faydalanıyordu. Restoranların tercih edilmesinde Sapanca'nın turizm yönünden çekiciliklerinin olması, özellikle göl kenarında bulunan restoranların tercihinde göl manzarasının olması etkilidir. Bu açıdan işletmeler paket servise dönünce turistlerin gelişi kalktı ve yerli halkında bu işletmelerden paket yemek alma ihtiyacı olmamaktadır. Katılımcıların yarısı COVID-19'un ekonomik etkilerine yönelik çözüm bulamadıklarını belirtmişlerdir. Bunun haricinde işletme ismini duyuran faaliyetler yapan veya online satış platformuna üye olan işletmelerde olmuştur. Bu tür yönelimler işletmelere ek bir gider olarak yansımaktadır.

COVID-19'un restoranlara ekonomik etkileri olduğu kadar psikolojik yönlü etkileri de olmuştur. Turizm endüstrisi hizmete dayalı olduğu için çalışanların birebir müşterilerle temas halinde olduğu durumlar bulunmaktadır. Bu açıdan araştırma sonuçlarında da işletme sahiplerinin ve personelinin ve dönemde işlerine bağlı olarak hastalık kaygısı duydukları belirlenmiştir. Bunun yanı sıra gelecek kaygısı, ekonomik kaygı gibi kaygıları yaşayabildikleri de bahsedilmiştir. Personelin kaygı durumları görevlerini yerine getirmede olumsuz etki edebilir. Dube vd. (2020) araştırmalarında COVID-19'un restoran işletmelerinde önemli istihdam ve gelir kaybı yarattığını ortaya koymuşlardır. Etyemez ve Kemer (2021)'in araştırma bulgularına göre de restoran işletme ve işletmecileri maddi ve manevi yönden olumsuz etkilendiği belirtilmiştir. Bu araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

İşletmecilerin çoğu salgın döneminde sundukları ürünlerde fiyat değişiklikleri yapmadıklarını belirtmişlerdir. Fiyat değişikliği yaptıklarını belirtenler ise enflasyon oranı veya elektrik gibi unsurların fiyatlarını dikkate alarak zamma gittiklerini ifade etmişlerdir. Bu açıdan salgına özel bir fiyat politikasının belirlenmediği söylenebilir. Salgın sonrası müşterilerin yemek tercihlerinde değişim fark edilmemiştir. Fakat iki katılımcı ekmek arası ve pakete yönelmenin olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum fast food işletmelerinde araştırıldığında daha farklı bir sonuçla karşılaşılabılır.

Salgın sürecinde restoranların açık olduğu dönemlerde müşterilerin gelişlerinde azalma olduğu belirlenmiştir. Bu unsur da işletmeleri ekonomik açıdan olumsuz etkilemiştir. Müşterilerin normal zamana göre kaygı gibi farklı durumlarının olduğunu gözlemleyen katılımcılar vardır. Byrd vd. (2021) araştırmalarında müşterilerin restoran yiyeceklerinden COVID-19 kapma kaygısı içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Kaygısı giderilmeyen müşteriler zamanla restoranları tercih etmeyebilir. Bu süreçte işletmelerde

çalışan personellerden işlerini kaybedenler de olmuştur. Ücretsiz çalışma veya dönüşümlü olarak çalışma programı olsa bile kişiler eski kazancını elde edememektedir. İşletmeler ise personelin sigortasını ödemeye devam etmektedir. Bu durum da işletmeleri ekonomik olarak zorlamaktadır. İşletmeler bu anlamda sürdürülebilirlikleri açısından kaygıya düşebilmektedir (Okat vd., 2020).

Sağlık Bakanlığı'nın yiyecek içecek işletmelerinde uygulamaya koyduğu COVID-19 rehberi bazı katılımcılar tarafından olumlu görülse de işletmelerine mali açıdan olumsuz dönüş yaptığını belirtenler de bulunmaktadır. Masa düzeni, tek kullanımlık malzemeler gibi hususlar işletmelere fazladan bir gider çıkarmıştır. Bu dönemde işletmeler yeni stratejiler belirleme yoluna gidebilmiştir. Sürecin olumsuz seyretmesinden ötürü işletmeler çoğunlukla buna yönelik stratejiler belirlemiştir. İşletmelerde belirlenen yeni stratejiler de işletmelere ekonomik anlamda ekstra bir yük çıkarabilmektedir. Katılımcıların restoran işletmelerinin geleceğine yönelik beklentileri ise olumlu ve olumsuz olarak ayrılabilir. Her şeyin normale döneceğini düşünen katılımcıların yanı sıra daha da kötüye gideceğini düşünen katılımcılar da bulunmaktadır. 1 Haziran 2020 sonrası alışveriş merkezlerindeki restoranlar gibi yerli halkın daha çok tercih ettiği restoranların turistik yerdeki restoranlara göre daha fazla iş yapabileceği düşünülebilir. Bunun nedeni genel olarak turizm hareketlerinde azalma olduğu için turistik mekanlarda olan işletmelerde eskiye nazaran işlerinde azalma olabilir. Bu açıdan katılımcıların çoğu da turizm faaliyetlerinin normale dönmesiyle işlerinin normale döneceğini düşünmektedir. Katılımcıların önerileri ise işletmelerinin gördüğü etkileri azaltmaya yönelik önerilerdir. Genel olarak katılımcılar bu dönemde işletmelerinin gördüğü etkiyle umutsuzluk içerisinde. Hastalığın önüne geçilmeden normal zamandaki imkânlarla dönem zor olacaktır. Salgının olumsuz etkilerinin yanı sıra işletmelerde hijyene dikkat edilmesini sağlayan olumlu etkileri de olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar ve katılımcıların görüşleri doğrultusunda aşağıdaki öneriler getirilebilir.

Sektöre öneriler: Personelin kaygı durumlarını giderecek şekilde işletmelerde önlemler alınmalıdır. Gerekirse personele psikolojik destek verilmelidir. Müşterilerin kaygı veya farklı durumlarının ne olduğu anlaşılmalı ve buna yönelik çözümlerde bulunulmalıdır. İşletmeler paket servis döneminde online yemek satış platformlarına üye olarak faaliyet gösterebilir.

Kamuya öneriler: İşletmelere ve insanlara belirli bir süre sokağa çıkma kısıtlaması getirilebilir. Daha sonrasında daha sıkı önlemler ve denetimlerle işletmeler açılabilir ve işletmelere alınan kişi sayısı düşürülerek işletim devam ettirilebilir.

Sektör çalışanlarına öneriler: Çalışanlar, kaygılarını müşteriye yansıtmemelidir. Müşteriye güven hissi verilmelidir. Bunun nedeni, personelin kaygılı olduğunu gören müşterinin bu durumdan etkilenme ihtimalidir. Bu etki ise salgın döneminde daha fazla müşteri kaybına yol açabilir.

Araştırmacılar öneriler: Araştırma, restoran işletmelerinin kapatıldığı ve paket servise geçildiği dönemde gerçekleşmiştir. Bundan sonraki araştırma restoran işletmeleri için uygulanan kısıtlamanın kalktığı zamanda yapılırsa daha çok işletmeye ulaşılabilir ve daha fazla bilgi elde edilebilir. Turistik özelliği olmayan bölgelerdeki restoran işletmelerinde aynı çalışma uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- AKINCI, M., & YILMAZ, Ö. (2015). Bir turizm krizi olarak uluslararası terörizm: ülke grupları itibarıyla panel veri analizi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30.
- ALPAGO, H., & ALPAGO, D. O. (2020). Koronavirüs salgınının sosyoekonomik sonuçları. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (8).

ARANA, J. E., & LEON, C. J. (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 299-315.

BRIZEK, M. G., FRASH, R. E., & MCLEOD, B. (2020). Independent restaurant operator perspectives in the wake of the COVID-19 pandemic (R3). *International Journal of Hospitality Management*.

BUCAK, T., & YİĞİT, S. (2020). The future of the chef occupation and the food and beverage sector after the COVID-19 outbreak: Opinions of Turkish chefs. *International Journal of Hospitality Management*, (92).

BYRD, K., HER, E., FAN, A., ALMANZA, B., LİU, Y., & LEITCH, S. (2021). Restaurants and COVID-19: What are consumers' risk perceptions about restaurant food and its packaging during the pandemic?. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102821.

CAO, W., FANG, Z., HOU, G., HAN, M., XU, X., DONG, J., & ZHENG, J. (2020). The psychological impact of the COVID-19 epidemic on college students in China. *Psychiatry Research*.

COŞKUN, R., ALTUNIŞIK, R., & YILDIRIM, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

ÇETİ, B., & ÜNLÜÖNEN, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.

DEMİR, M., GÜNAYDIN, Y., & DEMİR, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.

DUBE, K., NHAMO, G., & CHIKODZI, D. (2021). COVID-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Current Issues in Tourism*, 24(11), 1487-1490.

ETYEYZ, S., & KEMER, E. (2021). COVID-19 Salgınının Turistik Restoranlara Etkisi Üzerine Nitel Bir Çalışma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 493-503.

GOSSLING, S., SCOTT, D., & HALL, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.

GÜRBÜZ, S., & ŞAHİN, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

İÇÖZ, O. (2005). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.

KIM, J., KIM, J., LEE, S. K., & TANG, L. (2020). Effects of epidemic disease outbreaks on financial performance of restaurants: Event study method approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 32-41.

KİPER, V. O., SARAÇ, Ö., ÇOLAK, O., & BATMAN, O. (2020). COVID-19 salgınıyla oluşan krizlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin turizm akademisyenleri tarafından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43).

KIVILCIM, B. (2020). COVID-19 (yeni koronavirüs) salgınının turizm sektörüne muhtemel etkileri. *USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 17-27.

KUO, H.I., CHEN, C.C., TSENG, W.C., JU, L.F., & HUANG, B.W. (2008). Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 29, 917-928.

MCALEER, M., HUANG, B.W., KUO, H.I., CHEN, C.C., & CHANG, C.L. (2010). An econometric analysis of SARS and Avian Flu on international tourist arrivals to Asia. *Environmental Modelling & Software*, 25, 100-106.

MISHRA, N. P., DAS, S. S., YADAV, S., KHAN, W., AFZAL, M., ALARIFI, A., . . . NAYAK, A. K. (2020). Global impacts of pre- and post- COVID-19 pandemic: focus on socio-

economic consequences. *Sensors International*, 1.

<https://doi.org/10.1016/j.sintl.2020.100042>

MOFIJUR, M., FATTAH, I. R., ALAM, M. A., ISLAM, A. B., ONG, H. C., RAHMAN, S. M., . . . MAHLIA, T. (2020). Impact of COVID-19 on the social, economic, environmental and energy domains: lessons learnt from a global pandemic. *Sustainable Production and Consumption*.

OKAT, Ç., BAHÇECİ, V., & OCAK, E. (2020). COVID-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Neden Olduğu Krizin Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 201-218.

POLYZOS, S., SAMITAS, A., & SPYRIDOU, A. E. (2020). Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach. *Tourism Recreation Research*.

RAJKUMAR, R. P. (2020). COVID-19 and mental health: a review of the existing literature. *Asian Journal of Psychiatry*, 52.

ROSSELLO, J., BECKEN, S., & SANTANA-GALLEGO, M. (2020). The effects of natural disasters on international tourism: a global analysis. *Tourism Management*, 79.

SEABRA, C., DOLNICAR, S., ABRANTES, J. L., & KASTENHOLZ, E. (2013). Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management*, 36, 502-510.

SMİTH, V. L. (1998). War and tourism an american ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.

SOYLU, Ö. B. (2020). Türkiye ekonomisinde COVID-19'un sektörel etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(5), 169-185.

SÖNMEZ, S. F., APOSTOLOPOULOS, Y., & TARLOW, P. (1999). Tourism in crisis: managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, 3(1), 13-18.

SÜRME, M. (2020). *Turizm ve Kovid-19*. Ankara: İksad Yayınevi.

ŞEN, M. A. (2020). Koronavirüs (COVID-19) salgınının türkiye'deki yemek firmalarında oluşturduğu etkinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Afet ve Risk Dergisi*, 3(1), 89-100.

TSE, A. C., SO, S., & SIN, L. (2006). Crisis management and recovery: how restaurants in Hong Kong responded to SARS. *Hospitality Management*, 25, 3-11.

UĞUR, N. G., & AKBIYIK, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: a cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36.

YANG, Y., ZHANG, H., & CHEN, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, 83.

YEKTA, R., VAHID-DASTJERDI, L., NOROUZBEIGI, S., & MORTAZAVIAN, A. M. (2020). Food products as potential carriers of SARS-Cov-2. *Food control*. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107754>.

YILDIRIM, A., & ŞİMŞEK, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YILDIZ, Z., & DURGUN, A. (2010). 2008 küresel ekonomik krizi ve turizm sektörü üzerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(1), 1-15.

ZHANG, J., LU, H., ZENG, H., ZHANG, S., DU, Q., JIANG, T., & DU, B. (2020). The differential psychological distress of populations affected by the COVID-19 pandemic. *Brain, Behavior, and Immunity*, 87, 49-50.

İnternet Kaynakları

OĞUZ, M. Koronavirüs yiyecek içecek sektöründe neleri değiştirecek? İşletmeler nasıl ayakta kalacak? (03.10.2020) Erişim Tarihi: 18.10.2020,

<https://www.turizmgunlugu.com/2020/10/03/koronavirus-yiyecek-icecek-sektorunde-neleri-degistirecek-isletmeler-nasil-ayakta-kalacak/>

Url 1: T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Sayfası. (20.07.2020) Erişim Tarihi: 17.10.2020, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66300/COVID-19-nedir-.html>

Url 2: T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Sayfası. Erişim Tarihi: 12.10.2020, <https://covid19.saglik.gov.tr/TR-66393/COVID-19-salgin-yonetimi-ve-calisma-rehberi.html>

Url 3: Genelge. (12.05.2020) Erişim Tarihi: 29.11.2020, <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/72780,genelge20206pdf.pdf?0>

Url 4: Turizmde normalleşme planındaki yeni kuralların listesi. (05.05.2020) Erişim Tarihi: 29.11.2020, <https://www.turizmgunlugu.com/2020/05/05/turizmde-normallesme-planindaki-yeni-kuralların-listesi/>

Url 5: Koronavirüs Salgını Yeni Tedbirler. (18.11.2020) Erişim Tarihi: 26.11.2020, <https://www.icisleri.gov.tr/koronavirus-salginini-yeni-tedbirler>

Url 6: Kapatma kararının ardından restoranlardan yeni hamle! (22.11.2020). Erişim Tarihi: 26.11.2020, <https://www.milliyet.com.tr/galeri/kapatma-kararinin-ardindan-restoranlardan-yeni-hamle-6360887/2>

Summary

The COVID-19 outbreak has had a worldwide impact. It has had negative effects on most sectors. One of these sectors is the food and beverage sector. Food and beverage businesses have been closed due to the risk of contamination. In June 2020, businesses were opened within the framework of certain rules. Later, it was closed in November and the package service was started. With these practices, businesses have been exposed to some negative effects. In order to determine what these effects are, interviews were provided with the restaurant businesses in Sapanca, which became a center of attraction with its natural beauties and food and beverage businesses around the lake.

The purpose of the research is to determine how restaurant businesses in Sapanca were affected by the COVID-19 outbreak, and to determine the opinions of the sector representatives regarding the post-epidemic and to present the solution suggestions for this. Within the scope of this purpose, in order not to create a risk due to the COVID-19 outbreak, interviews were provided with the owner / official of 15 restaurant businesses in Sapanca via phone. In order to obtain in-depth information and primary sources on the research subject was used Semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods. The answers of the participants were noted by asking questions on the phone. The findings obtained as a result of the interviews were analyzed using content analysis method, which is one of the qualitative data analysis methods. 13 questions were asked to restaurant business owners / officials.

In the light of the findings obtained, it has been determined that the COVID-19 epidemic has negative economic effects on restaurants in Sapanca, lack of package service, psychological effects on personnel, job losses, decrease in the number of customers. Many of the participants have negative expectations about the future of the restaurants. It has proposals such as curfew restrictions, opening businesses by taking measures, and providing economic support.

It will be difficult to return to a normal state without preventing the disease. In addition to the negative effects of the epidemic, it has been determined that there are also positive effects that ensure attention to hygiene in enterprises. Some suggestions can be made in line with the results obtained and the opinions of the participants. Measures should be taken in enterprises to eliminate the anxiety of the personnel. If necessary, psychological

support should be given to the staff. It should be understood what the customers' concerns or their different situations are and solutions should be made accordingly. Businesses can operate as a member of online food sales platforms during the takeaway period. Businesses and people may be restricted to go out for a certain period of time. Later, businesses can be opened with more stringent measures and inspections, and the operation can be continued by reducing the number of people taken into the enterprises. Employees should not reflect their concerns to the customer. If the next research is done when the restriction on restaurant businesses is abolished, more businesses can be reached and more information can be obtained. The same study can be applied to restaurant businesses in non-touristic regions.

Sağlık Kurumlarına Yönelik Şikayetlerin Analizi

Hale Nur GÜLER*

Öz

Müşteri beklentilerinin karşılanmaması sebebiyle doğan şikayetler kurumların ürün ve hizmet geliştirme çalışmaları açısından ve rekabet ortamında var olma çabaları açısından etkinlikle yönetilmelidir. Stratejik açıdan kurumların bünyesinde bulunan şikayet yönetimi ekiplerinin müşteri beklentilerini anlayıp uygun çözümler geliştirerek etkili müşteri deneyimi yaratmaları kurumları ileriye taşıyacak önemli stratejik birimlerdir. Gelişim gösteren teknolojik yapı, sosyo ekonomik yapı ve pandemi sürecinin de etkisiyle hizmet sektörünün önemli bir bölümünü kapsayan sağlık alanında hizmet veren kurumlar ve hastalar açısından iletilen şikayetler de oldukça kritiktir. Hasta ve hasta yakınlarının sağlık kurumlarından beklentileri oldukça yüksek olup bu alanda şikayetlerini farklı kanallardan iletebilmektedir. Nitel olarak kurgulanan bu çalışmada on iki özel hastane için iletilen veriler şikayet.var isimli şikayetlerin iletiildiği siteden elde edilmiş ve içerik analizi yapılmış. Çalışmada hastaneler için iletilen şikayetlerin %30'u ücretlendirme için yapılan yapılmıştır. Ücret konusundan sonra belirtilen konu ise %28 oranında hizmetlere yönelik şikayetler olmuştur. Ücretlerle ilgili şikayetlerin alt temalarına bakıldığında %47 oranında tedavi ve tetkikler için yüksek ücret talep edilmesi, sunulan hizmetler için %67 oranında tedavilerde aksaklık yaşanması ve personellerle ilgili konularda ise %56 oranında ilgisizlik en çok iletilen alt temalar olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Kurumları, Hastaneler, Şikayet Yönetimi, Müşteri Deneyimi, İçerik Analizi, Pandemi (Koronavirüs)

Analysis of Complaints Regarding Health Institutions

Abstract

Complaints arising from not meeting customer expectations should be effectively managed in terms of product and service development efforts of the institutions and their efforts to exist in a competitive environment. Strategically, the complaint management teams within the institutions are important strategic units that will carry companies forward, understanding customer expectations and creating effective customer experience by developing appropriate solutions. With the effect of the developing technological structure, socio-economic structure and pandemic process, the complaints conveyed by the institutions and patients serving in the health sector, which covers a significant part of the service sector, are also very critical. Patients and their relatives have high expectations from healthcare institutions, and they can convey their complaints through different channels in this area. In this qualitatively designed study, the data



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 31.01.2021

Kabul/Accepted: 24.04.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.870862>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

E-posta: grhalenur@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-6333-1849>

transmitted for twelve private hospitals were obtained from the site where complaints were conveyed, namely şikayet.var, and content analysis was performed. In the study, 30% of the complaints submitted for hospitals were made for pricing. The issue mentioned after the wage issue was the complaints about services at a rate of 28%. When we look at the sub-themes of complaints about wages, the most frequently conveyed sub-themes were the high fee for treatment and examinations at the rate of 47%, the disruption in treatment at the rate of 67% for the services provided, and the indifference at the rate of 56% in matters related to the personnel.

Keywords: Health Institutions, Hospitals, Complaint Management, Customer Experience, Content Analysis, Pandemic (COVID-19)

1. Giriş

Teknolojinin gelişmesi, içinde bulunulan sosyo ekonomik yapı, eğitim seviyesinin yükselmesi ve şikayet kanallarının artması sebebiyle müşteriler şikayetlerini iletebilmektedir. Sağlık kurumları da içinde buldukları rekabet koşulları nedeni ile hasta ve hasta yakınlarının şikayetlerini yakından takip ederek çözüm süreçlerini geliştirmeleri hasta ve hasta yakınlarının memnuniyetini yaratmaları gerekmektedir. Hastaların şikayetlerinin yakından bilinmesi çözüm aşamalarının kurgulanması doğacak şikayetlerin önlenmesinde rol oynamaktadır. Kurumların sürdürülebilir başarılarını devam ettirebilmeleri ayakta kalabilmeleri için etkin şikayet yönetimine ihtiyaç duyulmaktadır. Şikayetlerin kurumlar için değeri bulunmaktadır. Müşterilerin yaşadıkları olumsuz durumları olumlu durumlara göre daha çok ifade ettikleri bilinmektedir. Müşteri deneyiminin başarılı şekilde oluşturulması ürün ve hizmetin tanıtım aşamasından müşteriye ulaşmasına kadar ardından da müşteri iletilerinin etkinlikle takibini gerektirmektedir.

Şikayetin doğduğu nokta kadar şikayet sonrasında müşteri davranışlarının takibi de şikayet çözüm sürecinde yer almalıdır. Kurumların günümüzde müşteri odaklı yaklaşım sergilemeleri beklentileri karşılamaları onları rekabet ettikleri kurumlar arasında ilk sıralara taşımaktadır. Etkili şikayet yönetimi için kurumların insan kaynağı, teknolojik gelişmeler ve ücret politikalarını etkinlikle yönetmeleri çalışanlarına gerek duyulan eğitimi sağlamaları teknik anlamda ihtiyaç duyulan malzemelerin teminini yapmaları gerekmektedir. Diğer yandan hizmet sektörünün önemli bir alanı olan sağlık sektöründe gösterilen duygusal emeğin çalışanlar üzerindeki etkisi incelenip çalışanların motivasyon süreçleri de özenle değerlendirilmelidir.

Sağlık hizmetleri için hasta ve hasta yakınları şikayetlerini günümüzde sosyal medyanın da içinde bulunduğu pek çok kanaldan iletebilmektedir. Sağlık Bakanlığı bünyesinde Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi (SABİM), Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER), hastanelerin Hasta Hakları Birimi ve şikayetlerin kurumlarla bulunduğu internet sitelerinden bildirimler yapılabilmektedir. İnternet siteleri hasta ve hasta yakınlarının şikayetlerini paylaştıkları ve pek çok kullanıcının aynı anda bu şikayetleri görebildiği kurumlarla müşterileri bir araya getiren platformlardır. Hastanelerin süreç yönetiminde bu kanallardan yapılan bildirimleri dikkatle ele almaları şikayetleri çözüme kavuşturmaları beklenmektedir. Şikayetlerin bilinmesi kurumlar açısından müşteri beklentilerinin bilinmesini ve ürün hizmet süreçlerinde yeniden tasarlanması gereken noktaları açığa çıkarmaktadır. Müşterilerin uzun vadede memnuniyetlerinin sağlanabilmesi için kurumların şikayet yönetimi süreçlerini etkili şekilde tasarlamaları uzun dönemli hasta memnuniyetine ve kurum başarısına dönüşecektir.

Çalışmada şikayetlerin kurumlarla buluşmasına zemin hazırlayan şikayetvar.com isimli internet sitesinde hasta ve hasta yakınlarının oniki özel hastane için ilettikleri şikayetler incelenmiş ve şikayet konuları belirlenmiştir. Çalışmada elde edilen verilerin alanla ilgilenen araştırmacılara pandemi (Covid-19) döneminde hasta ve hasta yakınlarının ilettikleri şikayet konularının belirlenmiş olması sebebi ile yararlı olacağı düşünülmektedir.

2. Şikayet Yönetimi ve Sağlık Kurumları

Şikayet alınan mal ya da hizmet beklentilerinin tatminsizlikle neticelenmesi ile doğmaktadır (Barlow ve Moller, 2009, s. 38). Şikayet ürün ya da hizmeti satın alan tüketicinin olumsuz geri dönüşüdür. Kurumun müşteriye sunduğu ürün ve hizmet için eylem veya eylemsizliklerle ilgili negatif dönüş almasıdır (Mensah, 2016, s. 10). Müşteriler şikayetlerini iletirken ürün ya da hizmetle ilgili bilgi vermek ve tazmin edilmesini istemektedir (Blöndal, 2017, s. 22). Şikayetlerin özenle ele alındığı durumlar kurumlar için gelişim fırsatı yaratmaktadır. Müşteri beklentilerinin anlaşılması uygun çözümlerin sunulması ve müşteri memnuniyeti sağlanması kurumları daha ileriye götürmektedir (Kozak, 2007, s. 2). Müşteriler kurumla ilgili olumsuz bir durum yaşadıklarında iki seçenek arasında kalmaktadır. Müşteriler olumsuz durumu şikayet olarak iletmekte ya da kurum hakkında olumsuz düşünceye kapılarak markadan vazgeçmektedir (Scriabina ve Fomichov, 2007, s. 4).

Şikayet sürecinin başarılı şekilde yönetilmesi müşteri sadakatini de beraberinde getirmektedir (Yang vd. 2018, s. 203). Kurumlar etkin şikayet yönetimi ile müşteri sadakatini artmasını sağlamalarının yanında müşteri beklentilerini analiz edebilme, şikayetlerin azaltılması, ürün ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi, ürün ve hizmet sunumlarında en az hata, reklam ve satış faaliyetlerine katkı sağlamaktadır (Alabay, 2012, s. 139; Tronvoll, 2008, s. 23). Kurumlar etkin çözüm yolları ile müşterileri elde tutma, ağızdan ağıza olumsuz durumların paylaşılmasını engelleme, olumlu iletişimi artırma, çapraz satış imkanı ve müşterilerin yasal yollara başvurmalarını engelleme imkanı yaratmaktadır (Harrison ve Walker, 2001, s. 401).

Müşteriler beklenti ile ürün ve hizmet satın almaktadır, ardından alınan ürün ve hizmetin denenmesi ve karşılanmayan beklenti neticesinde şikayet iletmektedirler. Müşteriler şikayetlerinin çözümünü değerlendirip ardından da markayı terk etme ya da markada kalma kararı vermektedir (Köse, 2007, s. 37). Müşterilerin olumsuz düşünceye sahipken kuruma iletmedikleri ancak markadan vazgeçtikleri araştırmalarda görülmektedir (Gökdeniz vd., 2011, s. 175). Şikayet etmeyen müşterilerin zaman ve çaba harcamaya degeceğini düşünmedikleri, nereye şikayet edeceklerini bilmemeleri, sonuç alınacağına dair inancın olmaması, marka değiştirmenin daha kolay olması, psikolojik olarak risk alınmak istenmemesi şikayet etmemenin nedenlerini oluşturmaktadır (Burucuoğlu, 2011, s. 60). Müşteriler yeterli ilgiyi alamadıklarında, hizmet kalitesinden memnun olmadıklarında, rakip firmaların etkisi ile, hizmeti alacak bir tanıdık edindiklerinde, taşın ve ölüm sebebi ile markayı terk etmektedir (<https://www.superoffice.com>).

Ürün ve hizmetten memnun olmayan müşteriler pek çok kanal aracılığı ile şikayetlerini iletebilmektedir. Bu kanallar halka açık kanallar, kurumların online kanalları, tüketici hakem heyeti, tüketici dernekleri, kanuni yollar ve şikayetleri çeşitli platformlarda toplanan şikayet internet siteleridir (Supriaddin, vd., 2015, s. 4; Cho vd., 2002, s.6). Şikayetler aileyi ve arkadaşları bilgilendirme, markayı terk etme, üst yöneticilere şikayet etme, yorum ve öneri formlarına iletme, şikayet mektubu yazma, dilekçe yazma, gazete ve kitlesel medya araçlarına iletme ve tüketici derneklerine iletme şeklinde yedi farklı şekilde iletebilmektedir (Heung ve Lam, 2003, s. 286). Müşteri

şikayetleri etkin şekilde ele alınmadığında ağızdan ağıza ulaşabilmekte ve gelecekteki potansiyel müşterileri etkilemektedir (Januszewski, 2004, s. 2).

Müşterilerin yaşadıkları olumsuz durumları olumlu durumlara göre iki kat daha fazla dile getirdikleri bilinmektedir (Plymine, 1991, s. 40). Kurumların rekabet ortamında varlıklarına devam edebilmeleri için şikayetleri müşteri memnuniyetine dönüştürmeleri önemlidir. Şikayet çözme kültürü olan kurumlara kolaylıkla ulaşılabilir ve bu kurumlarda basit ve anlaşılabilir şekilde çözüm süreçleri geliştirilmiştir. Şikayet çözüm süreci için takip sistemi geliştirilmiş ve bu kurumlarda müşteri memnuniyet araştırmaları yapılmaktadır (Robert ve Sandy, 2002, s. 144).

Başarılı ve etkin şikayet çözüm süreçlerinin oluşturulabilmesi için şikayete müşteri gözüyle bakılabilir, müşteri ile empati içinde olunabilir, müşteri dikkatle dinlenilip anlaşılmalıdır. Şikayet tüm açıları ile incelenmeli müşteri ile etkili iletişim kurulmalı kısa sürede müşteriye kapsamlı ve şeffaf şekilde dönüş yapıp çözüm üretilmelidir. Kurum içinde konuyla ilgilenen çalışanlara eğitim desteği sağlanmalıdır (Yılmaz, Varnalı ve Kasnakoğlu, 2015, s. 945).

Kurumların etkili şikayet yönetimi için müşteriye doğru sorular sorulmalı not alınmalı detaylı şekilde iletilen konu analiz edilmelidir, müşteriye yeterli zaman ayrılıp kibar ve nazik şekilde yaklaşılmalı gerekli hallerde özür dilenmelidir. Şikayet çözüm alternatifleri kısa sürede oluşturulmalıdır. Şikayet çözümünün son aşamasında ise müşteri beklentisinin üzerine geçecek çözümler üretilmesi ve ardından da müşteri memnuniyetinin takip edilmesi gelmektedir (Ramsey, 2016, s. 23). Şikayetin çözülebilmesi için sorunun belirlenip analiz edilmesi, uygun çözüm seçeneklerinin belirlenmesi, seçim yapılması ve çözümün izlenmesi şeklindeki dört adımın izlenmesi gereklidir (Odabaşı 2009, s.108).

Kurumların şikayet yönetimi süreçlerinde insanların neden şikayetçi olduklarını, neden şikayet etmediklerini kime şikayet ettiklerini, müşteri tepkilerini, beklentilerini, müşteri gruplarını, şikayet sonrası müşteri davranışlarını, kurum için şikayetin değerini, kurumun şikayet çözüm süreçlerine ayıracağı bütçeyi, yönetsel etkinliği, çalışan beklentilerini bilmeleri ve özenle takip etmeleri gerekmektedir (Butelli, 2007, s. 4).

Hastaneler sağlığın korunması ve geliştirilmesi, hastalıklar için tanı konulması, tedavi ve rehabilitasyon hizmetlerinin verilmesi, eğitim ve araştırma yapılması amaçları ile mülkiyeti kamu, özel ya da tüzel kişilere ait kurumlardır. Hastanelerin belirli özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler, hizmet sunulması, karmaşık örgüt yapılarının olması, matris yapıda açık ve dinamik sistemler, acillik özelliğinin bulunması, kullanıcıların reddedilememesi, kısa sürede kapasite artırma ve azaltmanın mümkün olmaması, 24 saat açık olmaları, hizmet üretiminin stoklanamaması, emek yoğun işletme olması, aşırı uzmanlaşmanın olduğu, teknolojinin yoğun kullanılması, sermaye yoğun şeklinde belirtilmektedir (Gündüz vd. 2004: 4). Sağlık hizmetlerindeki temel amaç birey ve toplumun sağlığının korunması, sağlığını kaybeden kişilerin başvurması halinde en iyi kalitede, en uygun zamanda ve en makul fiyata hizmetin sunulmasıdır. Sağlık kurumları kaliteli şekilde hasta bakımını sağlamalı ve düşük maliyetler sunmalıdırlar. Makro boyutta istihdam politikası ile ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlamakla birlikte sağlık kurumları en son tıbbi ve teknolojik bilgilere dayalı şekilde eğitim ve araştırma faaliyetlerini sürdürmeli, hastalıkların önlenmesi ve tedavisi için gerekli tedbirleri almalıdırlar. Sağlık kurumları elde ettikleri gelir ile en ekonomik biçimde daha çok hastaya fayda sağlama amacıyla olmalıdır (Soysal vd., 1993: 40).

Sağlık hizmetlerinde müşteriler katılımcıdır, hizmet üretimi ve tüketimi eş zamanlı olarak sürmektedir, zaman ve boş kapasite farkları bulunmaktadır, tüketicilerin buldukları yerler hizmet alanının seçiminde etkilidir, hizmetler heterojendir, insan gücünün yapısı önem teşkil etmektedir, soyuttur ve çıktının ölçülmesi zor olmaktadır (Fitzsimmons ve Fitzsimmons, 1994: 55). Sağlık hizmetleri ikame edilememektedir, sağlık

hizmetinde karlılık fayda gibi konular baskın olmamalıdır, acil ve ertelenemez niteliktedir ve hatanın telafi edilmesi çok zor hatta imkansızdır (Şener, 1998: 60). Sağlık hizmetlerinin planlanması örgütlenmesi yönetilmesi çıkan sonuçlar için geri bildirim neticesinde yeniden planlama yapılarak yürütülen süreç sağlık yönetimi olarak belirtilmektedir. Sağlık yönetiminde insan sağlığının yanında psikoloji, iletişim, insan hakları, muhasebe, hukuk, ekonomi, işletme hakkında da bilgi gerekmektedir (Çamcı, 2007: 137). Bu kapsamda sağlık yönetiminin ilgilendiği alanlardan biri de şikayetlerdir.

Her sektörde olduğu gibi sağlık kurumları açısından da hasta şikayetlerinin incelenmesi müşteri beklentilerinin anlaşılmasına ve hizmetlerin iyileştirilmesine yararlı olmaktadır (Gilly, Stevenson and Yale, 1991, s. 295). Hasta ve hasta yakınlarının beklentilerinin bilinmesi sağlık kurumlarının rekabet avantajı sağlamalarında da oldukça önemlidir. Günümüzde eğitim seviyesinin yükselmesi teknolojik ilerleme nedeniyle hastalar haklarını bilmekte ve memnun olmadıkları zaman çeşitli kanallarla kurumlara iletebilmektedir. Hastalar hastanelerin dilek kutularına, halkla ilişkiler birimlerine telefonla ulaşarak ya da yüz yüze görüşerek, çeşitli anketler aracılığı ile, elektronik posta göndererek, kurumların sosyal medya hesapları aracılığı ile şikayetlerini iletebilmektedir (Karaağaç, Erbay ve Esatoğlu 2018, s. 290).

Türkiye’de 01.01.2014 tarihinde oluşturulmuş Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi (SABİM), Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER), hastanelerde bulunan Hasta Hakları Birimleri ve çeşitli şikayet siteleri kanalları ile memnuniyetsizlikler iletebilmektedir. Şikayet siteleri ile hastalar ya da hasta yakınları memnun olmadıkları konuları çok sayıda insanlara da aynı zamanda iletebilmektedir. Dolayısı ile kurumların izleyecekleri çözüm süreçleri ya da ürün ve hizmet kalitesi marka imajları açısından daha önemli bir hale gelmektedir (Hopper ve Uriyo, 2015, s. 221).

Türkiye’de müşterilerin şikayetlerini iletmeleri için faaliyet gösteren web sitelerinden en sık kullanılanı şikayetvar.com isimli site 2001 yılından beri faaliyetlerine devam etmektedir. Şikayetvar.com web sitesi müşteriler ile markalar arasında köprü görevi gören bir çözüm platformu olarak kendisini tanıtmaktadır. Günde 9000’ e yakın şikayetin iletildiği sitenin 6.655.463 üyesi ve siteye 133.756 kayıtlı marka bulunmaktadır. Şikayetvar.com tarafından müşteriler için markalara ulaşma, ürün ve hizmetlerle ilgili görüş alabilme imkanı sağlarken markalara da geri bildirim mekanizması, mutsuz müşterilerin geri kazanılması, müşterilerin tanınması imkanı sunulduğu belirtilmektedir (şikayetvar.com).

Hasta şikayetlerinin incelenmesi için yapılan bir çalışmada hastaların daha çok hizmet alamama, saygınlık ve rahatlık görememek olduğu ifade edilmektedir (Kırgın Toprak ve Şahin, 2012, s. 18). Hasta şikayetlerinin anlaşılması için yapılan bir baka çalışmada ise hastaların en çok hizmet ürün, personel davranışı, çağrı merkezinin sorun çözmesi ve ödemeler konusunda olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ürün hizmet konusunda alamama alt tema olarak sıklıkla belirlenmiştir. Personelin ilgisizliği en çok ifade edilen alt tema olmuştur. Ödemelerle ilgili de muayene ücreti alınması şikayete sebep olmuştur. Bu çalışmada diğer başlığı altında en çok randevu sistemiyle ilgili şikayetlerin olduğu belirtilmiştir (Tokay Argan ve Arıcı, 2019, s. 348-352).

Kamu hastaneleri için iletilen şikayetlerin incelendiği çalışmada daha çok tıbbi hizmetlerden kaynaklandığı idari ve mali hizmetlerden kaynaklı şikayetlerin de oldukça fazla olduğu görülmektedir (Akgül vd., 2016, s. 1). SABİM hattına yapılan başvuruların incelendiği bir çalışmada şikayetlerin daha çok hatalı uygulamalar ve kötü muameleler yönünde olduğu belirtilmiştir (Bostan Kılıç ve Çiftçi, 2014, s. 36).

Devlet hastanelerine iletilen şikayetlerin içeriklerinin incelendiği bir çalışmada da hastaların en çok hizmetlerden yararlanamadıkları, saygınlık görememe ve bilgilendirmeye yönünde şikayetleri olmuştur (Şahinli ve Özdemir, 2019, s. 20). Hasta şikayetlerinin sistematik şekilde incelenmesi için yapılan bir çalışmada hastaların daha

çok yönetim, ilişkiler ve klinik olarak şikayet konuları olmuştur (Hoşgör ve Cengiz, 2020, s. 203). Hasta şikayetlerinin değerlendirilmesine yönelik yapılan bir çalışmada hastaların hizmetten genel olarak faydalanamama, saygınlık görememe ve bilgilendirilmeme gelmektedir (Öztaş, Dirican ve Tengilimoğlu, 2109, s. 154).

Konya'daki özel hastane şikayetlerinin belirlenmesi için yapılan çalışmada hastaların yönetim, kurumsal sorunları insanîyet ve önemseme başlığı altında toplanmıştır (Yaman ve Kavuncu, 2020, s. 282). Ankara' daki özel hastanelere yönelik şikayetlerin içeriklerine bakılan çalışmada ise hastaların daha çok ücretler, personelin ilgisizliği kalifiye olmayan personel konusunda olduğu belirlenmiştir (Karaağaç, Erbay ve Esatoğlu, 2018, s. 287). Yapılan çalışmaların sonuçlarına bakıldığında araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği kanısına varılmaktadır.

3.Yöntem

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yaşam şartlarının iyileşmesi, teknolojinin hızla gelişmesi hasta beklentilerini de artırmaktadır. Sağlık hizmeti veren kuruluşların hasta ve hasta memnuniyeti sağlamak ilk hedefleridir. Gerek teknolojiden alınan destek gerekse hizmet sektöründe çalışanların sunmaları gereken hizmetin kalitesinin iyileştirilmesi hem memnuniyet hem de kurumların ayakta kalabilmeleri ve ülkelerin gelişmişlik düzeyleri açısından oldukça kritiktir. Sağlık hizmetlerinin daha iyi seviyeye taşınması öncelikle ihtiyaç duyulanların tespiti ile başlamaktadır. Hasta ve hasta yakınlarının şikayet ettikleri konuların bilinirliği hizmet kalitesini iyileşmesine katkı sağlayacaktır. Bu sebeple araştırma tasarlanmış ve iletilen şikayetler analiz edilmiştir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Türkiye'de sağlık sektöründe faaliyetlerini sürdüren hastaneler için iletilen şikayetler elde edilmiştir. Araştırılmak istenen hastanelere yönelik şikayetler incelenmiş ve yorumlanmıştır; araştırma nitel olarak kurgulanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak doküman incelemesi yapılmıştır. Nitel araştırmalarda veriler, kitaplardan, dergilerden, makalelerden, anketlerden, kayıtlardan ya da resimler, fotoğraflar ve video kayıtları gibi kaynaklardan elde edilebilmektedir. Dökümanların, web sayfaları, haber grupları, elektronik posta, bloglar gibi elektronik formatlardan da alınabildiği bilinmektedir (Baş ve Akturan, 2008, s. 118).

Araştırma için elde edilmek istenen olgu ve olaylar için yazılı belgelerin incelenmesi doküman incelemesi olarak isimlendirilmektedir (Karataş, 2015, s. 72). Araştırmanın verileri birçok araştırma için de veri sağlayan şikayetvar.com web sitesinden konsolide edilmiştir. Araştırmada ilgili hastaneler için verilere ulaşım sağlandıktan sonra aşağıdaki akışa göre üç adımda analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin sıklık ve yüzde değerleri Microsoft Office Excel ile hesaplanmıştır.

Şekil 1: Veri Toplama ve Akış Şeması



3.3.Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmada şikayetvar.com internet sitesi üzerindeki konu alanı "hastane" olarak seçilerek tesadüfen belirlenen oniki hastane için yirmibeş adet ileti alınmıştır. Araştırmaya dahil edilen veriler ilgili web sitesinden Aralık 2020 döneminde elde edilmiştir.

Araştırmaya dahil edilen hastaneler Acıbadem, Anadolu Sağlık Merkezi, Avrasya Hospital, Bayındır Hastanesi, Central Hospital, Emsey Hospital, Kolan Hastanesi, Liv Hospital, Medical Park Hastanesi, Medicana Hastanesi, Medipol Hastanesi ve Memorial Hastanesi' dir.

4.Bulgular ve Yorum

Şikayetvar.com sitesinden elde edilen bilgilere göre hastaneler için iletilen şikayetler Tablo 1.' de ana temalarla gösterilmektedir. Hastaneler için iletilen şikayetlerin ücret (%30), hizmet (%28) ve personel (%20) konusunda daha çok yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 1: Şikayet Ana Tema

Konu	Frekans	%
Ücret	90	30%
Hizmet	85	28%
Personel	61	20%
Süre	40	13%
İletişim	24	8%
Toplam	300	100%

Ücret için Tablo 2.'de iletilen şikayetlerin alt temaları gösterilmektedir. Yüksek ücret ödenmesi (%48) oranı ile ilk sırayı oluşturmaktadır.

Tablo 2: Ücret (Alt Tema)

Konu	Frekans	%
<i>Yüksek ücret istenmesi</i>	42	47%
<i>Alınmaması gereken ücretin istenmesi</i>	20	22%
<i>İade yapılmama</i>	10	11%
<i>Fatura verilmemesi</i>	7	8%
<i>Otopark ücreti</i>	4	4%
<i>Özel sigorta hatalı fiyat bilgisi</i>	3	3%
<i>Çağrı merkezinden yanlış ücret verilmesi</i>	2	2%
<i>Refakatçi ücreti alınması</i>	1	1%
<i>Nakil için ücret talebi</i>	1	1%
<i>Toplam</i>	90	100%

Ücret için iletilen şikayetlerden yüksek ücret alınmasına ilişkin örnek ifadelere aşağıda yer verilmiştir (şikayetvar.com):

"Eşim ve ben 10/10/2020 acilden Maslak Acıbadem Hastanesi'ne giriş yaptık Covid 19 pozitif çıktığı için iş yeri arkadaşım temaslı olduğumuzu belirttik test yaptırma istedik 509.26 TL +kdv test ücreti olarak 1100 TL'ye yakın test bedeli ödedik, sağlık bakanımız 250 TL'den fazla test ücreti alınmamasını iptal ederim diye açıklama yaptı biz bu ücretleri boşuna ödüyoruz daha önce de şikayette bulundum ama dönüş bile almadım!"

"Geçen hafta yaptırdığım PCR testine eşim ve ben ayrı ayrı 450 TL ödedik indirimli toplamda 900 TL! Sağlık bakanlığının genelgesini okuyunca arıyoruz muhatap yok maillere dönüş yok hastanede kimsenin haberi yok! Sağlık bu kadar önemsiz ve ticari olmamalı. Tüm tedavilerimiz Altunizade hastanesinde olduğu için mecbur gidiyoruz ama bir Covid teşhisinde 2 bin tl bulan faturalar ödüyoruz. Nasıl çözüm bulunacağı şüpheli!"

"06.07.2019 tarihinde mide bulantısı, ishal, kusma nedeniyle Anadolu Sağlık Hastanesi Gebze şubesine acilden iki çocukla birlikte giriş yapıldı. Hekim gördü gıda zehirlenmesi teşhisi konuldu. Tahliller için 2 bin TL ve muayene ettiği için 509 TL ödeme yapmamı istediler. Ben tahlilleri orada yaptırmadan ve sadece muayene ücretini ödeyerek ayrıldı."

Acilden giriş saat 12'den sonra giriş yapılmasına rağmen bu hastane para talep etmektedir. Mecburen doktor ücretini ödedim ve tahliller yapılmadan hastaneden çıkış verildi. Çıkış verilirken ambulans ya da herhangi bir yardım yapılmadan başka bir hastaneye gittim."

Konu ile hastaneyi aradığımda acildeki doktorun poliklinik pediatri doktoru olduğu bundan dolayı ücret ödemek zorunluluğum olduğu söyleniyor. Fakat ben acilden giriş yapmış olduğumu ilettim. Konu ile ilgili gereğinin yapılmasını rica ederim"

Hasta ve hasta yakınlarının aldıkları ya da alamadıklarını ilettikleri hizmet konusu için alt temalar Tablo 3.'te gösterilmiştir. Tedavinin eksik ya da aksak olması (%61) ile en çok iletilen konu olmuştur.

Tablo 3: Hizmet (Alt Tema)

Konu	Frekans	%
Tedavi eksikliği/aksaklığı	57	67%
Hijyen koşulları	13	15%
Rapora yanlış tanı yazılması	5	6%
Alınan test örneğinin kaybedilmesi	2	2%
Şikayetin sonuçlanmaması	2	2%
Yanlış bilgilendirme yapılması	1	1%
Gereksiz test/testlerin istenmesi	1	1%
Kimliğin kaybedilmesi	1	1%
Yapılan test sonrası hasar (kanama, çürüme, şişlik vb.)	1	1%
Ortam şartları (Oda sıcaklık/soğukluk seviyesi)	1	1%
Rapor verilmemesi	1	1%
Toplam	85	100%

Tedavinin eksikliği/aksaklığı için ilgili siteden elde edilen örnek ifadelere aşağıda yer verilmiştir (şikayetvar.com):

"Wm Medical Park Hastanesi Pendik hastanesinde Covid servisinde tedavi alıyorum. Ve hasta order dışında hemşire hatası olarak yanlış tedavi uyguladılar. Kendim kamu hastanesinde hemşire olarak çalışıyorum. Bilinçli olduğum için bu hataları fark ediyorum. Sağlıkta hata olmaz. Hata affetmez çünkü canınızla bedelini ödersiniz. Medical Park Hastanesi gibi köklü bir hastaneye yakıştırmadım böyle tecrübesiz hemşire lerle çalışmamalı. Yanlış ilaç yüzünden başka sıkıntılarım doğabilirdi benim Bu konuda gerekli yaptırımların yapılmasını istiyorum".

"Merhaba, öncelikle böyle bir konu hakkında yazmış olmanın vermiş olduğu üzüntü içerisindeyim. Akşam üstü babam gribal enfeksiyon nedeniyle acile gidiyor. Kendisi kronik rahatsızlığa sahip 64 yaşında bir bireydir! Ancak orada hiçbir şekilde kontrolü yapılmadan tam teşekküllü kan testi kontrolü yapılırsa (Covid testi dahil) 900 lira gibi bir ücret çıkacağı söylenip Parol içmeye devam etmesi gerektiği söyleniyor. Bu sizce ne kadar sağlıklı bir durum? Hastaların genel kontrolünü sağlamadan ücretin alınmaya yapıştirilmesi ve ilaç içmeye devam etmesi gerektiği söylenmesi bizim olduğu kadar toplumun da yararına değil zararınadır. Lütfen kar amacı gütmek yerine insanların sağlığı ile ilgilenelim".

Personel şikayetlerinin ilgisiz davranışlar (%56), tavır ve uslupla (%44) ile ilgili olduğu Tablo 4.'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Personel (Alt Tema)

Konu	Frekans	%
İlgisizlik	34	56%
Tavır, üslup hataları	27	44%
Toplam	61	100%

İlgisizlik, tavır ve üslup hatalarına yönelik şikayet örneklerine aşağıda yer verilmiştir (şikayetvar.com):

*"10.11.2020 saat 10:45 Medicana International İstanbul Hastanesi'ne geldim ve doktor R***A*** B**** bana bir ilaç yazdı. Aynı gün eczaneden aldım ve içtim. Ondan sonra korkunç bir alerjim oldu, tüm yüzüm, dilim şişti, ellerim lekelerle kaplandı, nefes almak zorlaştı. Bu daha önce hiç görmedim.*

Aynı akşam acile gittim, başka bir doktor bana serum verdi ve anafilaktik şok, Quincke'nin ödemi teşhisi koydu.

Ertesi gün sabah 9: 00'da çok alerjik olduğum ilaçlarımı nasıl değiştirebileceğimi öğrenmek için doktoru aramaya çalıştım. Ne de olsa ilk hastalığım için hala tedaviye ihtiyacım var.

Ancak doktor gün boyunca asla geri aramadı.

Görünüşe göre hastalarının sağlığı ile ilgilenmiyor".

"Liv Hospital Ankara'da muayene oldum, tetkiklerim yapıldı. 21 Eylül'de tüm sonuçları göstermeye gittim, 4 hasta bekledim ama bana sıra geldiğinde doktoru sordum buralardadır dendi, bekledim, tekrar sordum, telefon edildi, doktor acil işi olduğu için hastane dışına çıkmış. Numaranızı bırakın sabah ilk iş sizi arayacak dendi. 4. Gün hala aranacağım. Üstelik de ilk muayene bir ameliyat görünüyor denmişti. Bir daha hiçbir şey için bu hastaneyi tercih etmem. Özel bir doktora gittim teşhis de farklı".

"02.09.2020 tarihinde sabaha karşı 4:00 gibi babam fenalaştı ve özel ambulans çağırarak kendisini Anadolu Sağlık Merkezine götürdük götürmez olaydık! Girişteki bayan bir doktor (şu an ismini vermeyeceğim) aynen şu cümleleri kurdu."Burası otel mi öyle kafana göre geliyorsun. Buraya böyle her istediğin zaman gelemezsin "Tabii ki bende, otellerin nerede olduğunu biliyorum otele gitmek istesem buraya gelmezdim. Burası hastane değil mi hastam acil gecenin 4:00 ü dedim gelmeden sizden izin mi alacağım dedim yani sonuç olarak tartıştık ve ben babamı alarak başka bir hastaneye götürdüm. Hayatımda hiçbir hastaneden böyle bir tepki almamıştım. Tecrübe oldu benim için şimdi çevremdeki bütün insanlara bu terbiyesizliğinizi anlatacağım ve bir daha yanından bile geçmeyeceğim. Dışarıdan çok profesyonel gibi görünüyorlar ama hiç alakası yok!".

"Annem bugün Konya Medicana hastanesine anjiyo olmak için yatırıldı. Sabah 9 gelin deyip öğleden sonra 14:30'da anjiyoya alındı o kadar saat boş boş bekletildi ve yanında sadece 1 kişi kalabilir dendi. 11. Katta çalışan sağlık personelleri insanı kovar gibi davrandılar"

*"Saat 04.30 da Medipol Sefaköy Hastanesine geldim. Tansiyonum 9.6 ayakta duramıyorum Doktor M**e**muayene etti tansiyonum ölçülmedi, eşim dedi tansiyonum ölçüldü eşim dedi ateşim ölçüldü ben istedim ultrason yapıldı. Ayakta duramıyorum, -3 e kan vermeye gönderdiler Allah razı olsun kan alan hemşire daha doktora yatırdı ayaklarımı yukarı kaldırdı alkol koklattı. Doktordan daha çok ilgilendi. Eşim doktora hanımım kusuyor ayakta duramıyor dedi doktor hemen*

kabadayılık yaptı benden daha mı iyi biliyorsun canın kavga mı istiyor diye agresif tavırlar sergiledi. Acilden giriş yaptık hiçbir hizmet almadık iki saat sandalyede iki büküm kaldım 700 TL ödeme yaptık üstüne hakaret işittik. Sağlık Bakanlığı sadece Covid şikayetlerini alıyormuş maalesef ülke de sağlık sektörü batmış. Herkes yaptığı işin hakkını verse hiçbir sorun kalmayacak, kimse zorla mesleğini icra etmesin".

Tablo 5.' te süre hakkında iletilen şikayetler gösterilmiştir. Randevu saatine uygun davranılmaması (%45) ve test sonuçları için uzun süre bekletilme (%43) en sık şikayet konusunu oluşturmaktadır.

Tablo 5: Süre (Alt Tema)

Konu	Frekans	%
<i>Randevu saatine riayet edilmemesi</i>	18	45%
<i>Test sonucunun açıklanma süresi uzunluğu</i>	17	43%
<i>Tedavi için uzun süre bekletilme</i>	5	13%
<i>Toplam</i>	40	100%

Tablo 6.'da iletişim konusunda ulaşılamama (%71) en çok iletilen konu olmuştur.

Tablo 6: İletişim (Alt Tema)

Konu	Frekans	%
<i>Ulaşılamama</i>	17	71%
<i>Bilgi alamama</i>	7	29%
<i>Toplam</i>	24	100%

Ulaşamama konusunda örnek şikayet ifadesi aşağıda yer almaktadır (şikayetvar.com):

"27 Kasım tarihinde Covid 19 testi yaptırdık testimiz pozitif çıktı ücret iadesi ve bilgi amaçlı acil danışma muhasebe departmanlarını defalarca aramamıza rağmen muhatap olacak yetkili bir kişi bulamadım data kayıtlarına bakılırsa 3 günden beri arıyoruz. Bu dönemde tek bir yetkiliye ulaşamamak kabul edilemez. Umarım konu dikkate alınıp dönüş yapılır."

5. Sonuç ve Öneriler

Teknolojinin gelişim göstermesi iletişim olanaklarının değişmesi müşteri beklentilerinin artmasına neden olmaktadır. Sağlık sektöründe tüm hizmet sektörlerinde olduğu gibi yoğun rekabetin olması sebebi ile müşteri memnuniyeti oldukça önemlidir. Kurumların ayakta kalabilmeleri rekabeti sürdürebilmeleri hedefiyle müşteri

memnuniyetinin sağlanması için sağlık kurumlarının şikayet yönetimi süreçlerini oldukça iyi ve etkin şekilde yönetmeleri gerekmektedir. İyi ve etkin şikayet yönetimi için müşteri beklentilerinin anlaşılması gerekmektedir. Bu kapsamda şikayet yönetimi ekiplerinin kurumsal yapılara uygun şekilde kurulması ve yönetilmesi hasta ve hasta yakınlarının hastanelerde yaşadıkları deneyimlerinin iyileştirilmesi gerekmektedir.

Araştırmada şikayetvar.com üzerinden iletilen şikayetler incelenmiştir. On iki farklı hastane için iletilen şikayetlerin ana konusunun ücretler ve ardından da sunulan hizmetler hakkında olduğu görülmektedir. Şikayetlerin konularının personeller ve iletişim olduğu da görülmektedir. Hasta ya da hasta yakınlarının hastane ücret politikaları için ilettikleri şikayetler arasında tedavi ya da tetkik ücretlerini yüksek bulmaları söz konusudur. Yüksek ücret ifade edilmesi, aşırı zam gelmesi şeklinde iletileri olmuştur. Ücret konusunda hastanelerin almamaları gereken ücretleri aldıkları yönünde de şikayetler iletilmektedir. Alınan ücretin iade edilmemesi de hastanelere iletilmiştir. Hastanelere iletilen şikayetlerde hizmet konusunda hasta veya hasta yakınlarının tedavilerinin tam yapılmadığı ya da tedavi süreçlerinde aksaklık yaşadıkları iletilmiştir. Hastanelere hijyen konusunda da şikayet iletilmiştir. Özellikle içinde bulunan Koronavirüs pandemisi sebebi ile hastaların virüs taşıyan hastalarla aynı ortamda tutulması ya da gerekli temizlik şartlarının sağlanmaması iletilen şikayetler arasındadır. Hizmet konusu için hastalar yapılan testlerde sonuçların yanlış iletildiği yönünde şikayetlerde de bulunmuşlardır.

Hastaların ya da hasta yakınlarının ilettikleri şikayetlerin çözümlenmemesi, alınan test örneklerinin kaybedilmesi şeklinde şikayetleri de bulunmaktadır. Hasta ve hasta yakınlarının hastanelere süre konusunda ilettikleri şikayetlerde randevu saatine uyum gösterilmemesi muayene ya da kontrol için gittikleri zaman verilen saatlerde doktorun müsait olmaması yönünde şikayetleri bulunmaktadır. Hastanelerin test sonuçlarını açıklama süreleri de uzun bulunmaktadır. Hastanelere iletilen iletişim konulu şikayetler ise hastanelere ulaşamama bilgi alamama konularını kapsamaktadır.

Hasta şikayetlerinin incelenmesi için yapılan çalışmalarla çalışmanın sonuçlarının benzerlik gösterdiği görülmektedir. Hastaların daha çok ücret politikalarından, personellerin ilgisizliği, saygınlık görememe gibi şikayetlerinin olduğu görülmektedir (Tokay Argan ve Arıcı, 2019, s. 348-352; Şahinli ve Özdemir, 2019, s. 20; Öztaş, Dirican ve Tengilimoğlu, 2109, s. 154; Karaağaç, Erbay ve Esatoğlu, 2018, s. 287; Kırgın Toprak ve Şahin, 2012, s. 18).

Bu çalışmada ulaşılan sonuçların hastanelerin şikayet yönetimi süreçlerine katkı sağlayacağı iyileştirme ve geliştirme yapacakları konuların belirlenmesi açısından ve hasta memnuniyeti ve toplum sağlığı açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Bundan sonraki çalışmalar için evrenin geliştirilmesi özel ve kamu hastaneleri arasındaki farkların belirlenmesine yönelik çalışmaların yapılması sağlık sektörünün ilerlemesine katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

AKGÜL, N., PALTEKİ, T., ŞİMŞEK, E.E., BAYRAM, M., ERKAN, İ, ULUTİN, H. C. (2016). Bir Grup Kamu Hastanesine Alt Sağlık Bakanlığı İletişim Merkezi Şikayet Başvurularının İncelenmesi, Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimlerin Dergisi, 1(1), 1-7.

ALABAY, M. N. (2010). Geleneksel Pazarlamadan Yeni Pazarlama Yaklaşımlarına Geçiş Süreci, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), 213-235.

BARLOW, J. ve CLAUS M. (2009). Her Şikayet Bir Armağandır. İşler Ters Gittiğinde Müşteri Sadakatini Yeniden Nasıl Kazanırsınız, İstanbul, Rota Yayınları.

- BAŞ, T. ve AKTURAN, U. (2008). Nitel Araştırma Yöntemleri NVivo 7.0 ile Nitel Veri Analizi, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- BLÖNDAL, M.R. ET AL. (2017). Consumer Complaint Behaviour on Facebook and Twitter Brand Pages. PhD Thesis, <https://skemman.is/handle/1946/28660>.
- BOSTAN, S., KILIÇ, T. VE ÇİFTÇİ, F. (2014). Sağlık Bakanlığı 184 SABİM Hattına Yapılan Şikayetlerin Karşılaştırmalı Analizi, Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 3(5), 43-51.
- BURUCUOĞLU, M. (2011). Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BUTELLI, S. (2007). Consumer Complaint Behavior (CCB): A Literature Review, Newcastle: Northumbria University. <https://www.semanticscholar.org>.
- CHO, Y., & HILTZ, R. (2002). An Analysis of Online Customer Complaints: Implications for Web Complaint Management, Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences.
- ÇAMCI, M. (2007). Sağlık Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- FITZSIMMONS, J. A. & FITZSIMMONS M. J. (1994). Service Management for Competitive Advantage. Singapore: McGraw-Hill.
- GILLY M.C., STEVENSON W.B. & YALE, L.J., (1991). Dynamics of Complaint Management in the Service Organization, Journal of Consumer Affairs, 25(2), 295-322.
- GÖKDENİZ, İ., BOZACI, İ., ve KARAKAYA, E. (2011). Şikayet Yönetim Süreci Sonrası Memnuniyeti Etkileyen Faktörler Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26, 173-185.
- GÜNDÜZ, H. E., AKAR, Ç., ÖZGÜLBAŞ, N., ÖNCE, S. (2004). Sağlık Kurumlarında Maliyet Yönetimi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No.759.
- HARRISON-WALKER, L. J. (2001). E-Complaining: A Content Analysis of an Internet Complaint Forum. Journal of Services Marketing. 15 (5), 397-412.
- HEUNG, V. C. ve LAM, T. (2003). Customer Complaint Behaviour Towards Hotel Restaurant Services, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15(5), 283-289.
- HOPPER, A. M. ve URIYO, M. (2015). Using Sentiment Analysis to Review Patient Satisfaction Data located on the Internet, Journal of Health Organization and Management, 29(2), 221-233.
- HOŞGÖR, H. ve CENGİZ, E. (2020). Sağlık Hizmetlerinden Şikayetçi Olan Bireylerin Genel Profili ve Şikayet Nedenleri: Türkiye Merkezli Bir Sistemik Derleme, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 23(1), 191-217.
- JANUSZEWSKI, S. I. (2004). The Role of Service Quality and Expectations in Explaining Customer Complaints, University of California, San Diego.
- KARAAĞAÇ, C., ERBAY, E. ve ESATOĞLU, A.E. (2018). "Özel Hastanelere Yapılan Çevrimiçi Şikayetlerin İçerik Analizi İle İncelenmesi", Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt.10, sayı.24, s.287-304.
- KARATAŞ, Z. (2015) "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri", Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1): 62-80.
- KIRGIN TOPRAK, D. VE ŞAHİN, B. (2012). Sağlık Bakanlığı Hastanelerine Yapılan Hata Şikayetlerinin Değerlendirilmesi, Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi, 3, 1-28.
- KOZAK, M., (2007), Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikayetlerini Bildirme Eğilimleri, Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14(1), 136-151.
- KÖSE, E., (2007), Müşteri Sadakati Sağlamada Araçsal Bir Yöntem Olarak Şikayet Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KRAEMER, M. U., YANG, C. H., GUTIERREZ, B., WU, C. H., KLEIN, B., PIGOTT, D.M., DU PLESSIS, L., FARIA, N. R., LI, R., HANAGE, W.P., BROWNSTEIN, J. S. (2020). The Effect of Human Mobility and Control Measures on the COVID-19 Epidemic in China, *Science*, 368(6490), 25-45.

MENSAH, J.K.B. (2016). Effectiveness Of Customer Complaint Handling And its Impact On Customer Retention: The Case Of Unibank Ghana Limited, PhD Thesis, Department of Marketing and Corporate Strategy of the Kwame Nkrumah University of Science and Technology, Ghana.

ODABAŞI, Y. (2000), "Satışta Ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi", Sistem Yayıncılık, İstanbul

ÖZTAŞ, B.E., DİRİCAN, O. ve TENGİLİMOĞLU, D. (2019). Sağlık İşletmelerinde Hasta Şikayetlerinin Değerlendirilmesi, *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(4), 108-119.

RAMSEY, R. D. (2016). How to Handle Customer Complaints, *American Salesman*, 61(2), 17-24.

ROBERT, J., SANDY, M. (2002). Best Practice Complaint Management, *Academy of Management Executive*, 16 (4), 145-154.

PLYMINE, J. (1991). "Complaints as opportunities", *Journal Of Service Research*, 5(1), 61-65.

Sağlık Bakanlığı (2020). <https://www.saglik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 25.09.2020).

Sağlık Bakanlığı (2020). <https://covid19.saglik.gov.tr> (Erişim Tarihi: 25.09.2020).

SCRIABINA, N. ve FOMICHOV, S. (2007). 6 Ways to Benefit From Customer Complaints, *American Society for Quality, Vancouver Section* (408).

SOYSAL, M., KENANOĞLU, G. T., EMRE, A. ve HAŞEMOĞLU, S. (1993). Hastanelerde Bilgisayar Kullanımı. Ankara: Milli Produktivite Merkezi Yayınları No.486.

SUPRIADDIN, N., PALILATI, A., BUA, H. and PATWAYATI, H.J. (2015).The Effect Of Complaint Handling Toward Customers Satisfaction, Trust And Loyalty To Bank Rakyat Indonesia (Bri) Southeast Sulawesi, *Int. J. Eng. Sci. (IJES)*, 4 (6), 01-10.

Süper Office, www.superoffice.com, (Erişim tarihi: 18.12.2020)

ŞAHİNLİ, S. ve ÖZDEMİR, E. (2019). Hasta Şikayet Başvuru İçeriklerinin İncelenmesi: İstanbul İli Devlet Hastanesi Örneği, *Sağlık Yönetimi ve Liderlik Dergisi*, 1, 16-21.

ŞENER, O. (1998). Kamu Ekonomisi. 6. Baskı. İstanbul: Alkım Yayınevi.

Şikayetvar.com (2021)., www.sikayetvar.com, (Erişim tarihi: 18.12.2020 ve 17.04.2021).

TOKAY ARGAN, M. ve ARICI, A. (2019). Sağlık İletişimde E-Şikayet: Hastaların ve Hasta Yakınlarının Şikayetvar.com Paylaşımları Üzerine Bir Araştırma, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 31, 339-355.

TRONVOLL, B. (2008). Customer Complaint Behaviour in Service, *Karlstads University, Faculty of Economic Sciences, Communication and IT, Service Research Center, PhD Thesis, Sweden.*

YAMAN, Z. ve KAVUNCU, B. (2020). Özel Hastanelere Yapılan Çevrimiçi Şikayetlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 282-297.

YILMAZ, C., VARNALI, K. ve KASNAKOĞLU, B.T. (2016). How do Firms Benefit From Customer Complaints. *Journal Of Business Research*, 69(2), 944-955.

Summary

Like all institutions in the service sector, healthcare institutions try to find solutions by closely following the complaints of patients and their relatives in order to survive in the competitive environment. Complaint is the negative feedback of the consumer who purchases the product or service. Close monitoring of the content of complaints plays an important role in the management of processes and prevention of complaints during the resolution phase.

In order to ensure long-term customer satisfaction, institutions' effective design of complaint management processes will turn into long-term patient satisfaction and institutional success. In order to establish successful and effective complaint resolution processes, the complaint should be viewed from the perspective of the customer, empathy with the customer, and the customer should be listened to and understood carefully. The complaint should be examined in all aspects, effective communication should be established with the customer, and a comprehensive and transparent response should be made to the customer in a short time and a solution should be produced. Training support should be provided to employees who are interested in the issue within the organization. For effective complaint management of institutions, correct questions should be asked to the customer, a note should be taken, the subject conveyed in detail should be analyzed, sufficient time should be allocated to the customer and a polite and courteous approach should be given to the customer and apologized when necessary. Complaint solution alternatives should be created in a short time. At the last stage of the solution of complaints, solutions that will exceed customer expectations and then follow up customer satisfaction.

Both the support received from technology and the improvement of the quality of the service that employees in the service sector need to offer are very critical in terms of satisfaction, survival of institutions and the development levels of countries. Bringing health services to a better level begins with the determination of what is needed. Awareness of the issues complained by patients and their relatives will contribute to the improvement of service quality. For this reason, the research has been designed and the submitted complaints have been analyzed. Complaints are forwarded to hospitals carrying out its activities in the health sector in Turkey was obtained. Complaints against hospitals wanted to be investigated were examined and interpreted; The research is qualitatively designed. Document analysis was conducted as a data collection method. The data of the research have been consolidated from the sikayetvar.com website. In the study, the subject area on the complaintvar.com website was selected as "hospital" and twenty-five messages were received for twelve hospitals that were randomly determined. The data included in the research was obtained in the period of December 2020. It is seen that the main subject of the complaints submitted to twelve different hospitals is about the fees and then the services provided. It is also seen that the subjects of complaints are staff and communication. Among the complaints made by patients or their relatives for hospital fee policies, it is possible that they find the treatment or examination fees high. There were messages such as expressing high wages and excessive raise. There are also complaints that hospitals receive fees that they should not have. Failure to return the fee was also conveyed to the hospitals. In the complaints conveyed to the hospitals, it was reported that the treatment of the patients or their relatives was not done properly or that they had problems in the treatment processes. Complaints regarding hygiene were also reported to hospitals. Keeping the patients in the same environment with the patients carrying the virus or not providing the necessary cleaning conditions, especially due to the coronavirus pandemic, are among the complaints conveyed. Patients also complained that the results were misrepresented in the tests performed for the service subject.

Complaints of patients or their relatives are not resolved and test samples are lost. Patients and their relatives have complaints about not being able to comply with the appointment time in the complaints they have submitted to the hospitals about time, that the doctor is not available at the given hours when they go for examination or control. Hospitals also have a long time to declare test results. Communication-related complaints conveyed to hospitals include not being able to reach hospitals and not being able to obtain information.

Üniversite Öğrencilerinde Kişilik Özellikleri ile Depresyon, Stres, Anksiyete Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Ali ERYILMAZ*, Hacer YILDIRIM KURTULUŞ**, Gülgün UZUN***

Öz

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinde kişilik özellikleri ile depresyon, stres ve anksiyet arasındaki ilişkileri incelemek amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini kümeleme örnekleme yöntemi ile seçilen 261 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada gerekli verileri elde etmek için Depresyon, Anksiyete Stres Ölçeği ve Beş Faktör Kişilik Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde betimsel istatistikler ve Regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre; üniversite öğrencilerinin stres, depresyon ve anksiyete düzeyi ile kişilik özelliklerinden duygusal açıdan dengesizlik (nevrotizm) boyutu arasında olumlu yönde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka deyişle, bu araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri yükseldikçe nevrotizm düzeyleri de artmaktadır. Araştırmadan elde edilen bir diğer bulguya göre, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin depresyon düzeyleri ile dışa dönüklük, yumuşak başlılık ve sorumluluk kişilik özelliği olumsuz yönde ilişkili bulunmuştur. Ek olarak öğrencilerin stres düzeyleri ile yumuşak başlılık arasında olumsuz yönde ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Elde edilen bulgular, ilgili literatür ışığında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencileri, Kişilik, Depresyon, Stres, Anksiyete

Evaluation of the Relationship Between Personality Characteristics and Depression, Stress, Anxiety Levels in University Students

Abstract

In this study, it is aimed to investigate the relationship between personality traits and depression, stress and anxiety in university students. The sample of the research is the clustering sampling method. 261 students participated in the study. In the study, Depression, Anxiety Stress Scale and Five Factor Personality Scale were used. Descriptive statistics and regression analysis were used for data analysis. According to the research findings; there is a positive correlation between the stress, depression and anxiety levels of university students and the emotional instability (neuroticism) dimension. In other



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 25.03.2021

Kabul/Accepted: 13.07.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.910826>

* Prof., Yıldız Teknik Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, PDR Bölümü, İstanbul, Türkiye.

E-posta: erali76@hotmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9301-5946>

** Uzm. Psikolojik Danışman, MEB, Sultan Murat Ortaokulu, İstanbul, Türkiye.

E-posta: haceryildirim91@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0880-1318>

*** Uzm. Psikolojik Danışman, MEB, Toki Osmangazi İlkokulu, İstanbul, Türkiye.

E-posta: gulgun_gcn@hotmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2421-7725>

words, as the depression, anxiety and stress levels of university students participating in this study increase, their neuroticism levels also increase. According to another finding obtained from the study, the depression levels of the university students participating in the study were found to be negatively related to the extraversion, mildness and responsibility traits. In addition, negative and significant relationships were found between students' stress levels and mildness. The findings obtained have been discussed in the light of the relevant literature.

Keywords: University Students, Personality, Depression, Stress, Anxiety

Giriş

Kişilik, bireylerin doğumundan ölümüne kadar olan zaman diliminde sahip olduğu tüm özellikleri kapsamakla birlikte özellikle üç yaşından sonra belirgin bir şekilde insan davranışlarında görülmektedir (McCrae & Costa, 2003). Ergenlikten yetişkinliğe geçiş sürecine denk gelen üniversite yılları ise, kişilik özelliklerinin belirginleştiği ve geliştirildiği önemli yaşam dönemlerinden biridir (Ghrouz, vd., 2019). Bununla birlikte, üniversite yıllarında kişiden beklenen sorumluluklar, akademik görevler, aileden ayrılma, yeni ve alışılmadık durumlar, gelecek beklentileri ve yaşamda büyük değişikliklerin olduğu bu zorlu dönem, yaşamın en stresli ve kaygılı dönemlerinden biridir (Özkan & Yılmaz, 2010). Bu zorlu gelişim görevleri ile başa çıkmakta zorlanan gençlerde depresif eğilimler, genel kaygı durumunda artış ve anksiyete gibi ruh sağlığı problemleri görülmektedir (Harrer, vd., 2019). Bu doğrultuda bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin kişilik özelliklerini daha iyi anlamak ve onlara gelişim dönemlerine özgü psikososyal destek sağlamak adına kişilik özellikleri ile depresyon, stres ve anksiyete arasındaki ilişkilerin incelenmektedir.

Anksiyete, herhangi bir zarar verici unsur olmamasına rağmen bireylerin yaşadığı tedirginlik hali ve olası tehditlere karşı verilen bir tepki olarak tanımlanmaktadır (Barlow, 2002). Birey, anksiyete durumu ile karşı karşıya kaldığında kötü bir şey olacağını düşündür, sebebi belli olmayan bir sıkıntı duygusu hisseder. Bu tedirginliğin yoğunluğu bireyden bireye değişir (Bowlby, 1988; Öztürk & Aylin, 2008; Kesen,2014). Bireylerin en önemli dönemlerinden biri de üniversite dönemi olduğu için bu zaman diliminde kaygıların ve belirtilerinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir (Bozkurt, 2004; Deniz & Sümer,2010).

Lazarus ve Folkman'a (1984) göre stres, bireyin herhangi bir olayı başa çıkma kaynaklarını kullanmasına rağmen çözüm elde edemediği ve bireyde tehlike oluşturan, iyi oluşunu olumsuz etkilemesiyle sonuçlanan hem psikolojik hem de fizyolojik bir durumdur (Ülev, 2014). Üniversite öğrencilerinin içinde bulunduğu dönem göz önünde bulundurulduğunda kariyer yolunda yaşanan belirsizlik, işsizlik, mezuniyet, iş hayatından memnun olup olmamama, karşı cinsle ve kişilerarası ilişkilerde yaşanan birtakım olaylar üniversite öğrencilerinin stres altında kalmasına neden olabilecek olası faktörler arasında yer alabilir (Şahin, 1995).

Depresyon, uzunca bir süre bireyin yaşamını olumsuz şekilde etkileyen hayattan keyif almama durumudur. Depresyon yaşayan bireyler kendilerini ümitsiz, değersiz, suçlu, yalnız vb. olumsuz duygular hissederler. Davranışsal çıktı olarak ise intihar eğilimi gösterebilirler (Köse, 2009; Kesen, 2014). Yapılan çalışmalar incelendiğinde, üniversite dönemindeki gençlerin yaşadığı psikolojik rahatsızlığın başında geldiği görülmektedir (Bumbery, Oliver & McClure, 1978; Özdel, Bostancı, Özdel & Oğuzhanoglu, 2002). Özgüven'e (1992) göre öğrencilerin depresyon düzeylerini artıran faktörler arasında kişilerarası ilişkiler, barınma ve akademik sorunların yanı sıra iş bulma olanaklarının

kısıtlı olması yer almaktadır (Deniz ve Sümer, 2010). Öztürk ve Uluşahin de (2008) aynı şekilde depresyonun temellerinin biyolojik olmakla birlikte, bireyin günlük hayatta karşılaştığı sosyokültürel birçok sorun ile karşılaşma durumlarının oluşturduğunu belirtmektedir (Ünal & Özcan, 2000). Anksiyete, stres ve depresyon arasındaki ilişkilere değinmeden öncelikle kişilik özelliklerini incelemek gerekir.

Kişilik kavramı, çok yönlü bir kavramdır. Kişilik, bireyin çevresi ile kurduğu etkileşimi ifade eden ve onu diğerlerinden ayıran özellikleridir (Atkinson, vd., 2000). Kişilik konusunda en kapsamlı çalışmalar, Beş Faktör Kişilik Modeli ile gerçekleştirilmiştir. Kişiliğin ölçülmesine yönelik birden çok yaklaşım bulunmakla birlikte beş faktör kişilik modeli bireylerin kişilik özelliklerinin belirlenmesinde ele alınan bir model olarak görülmektedir (Somer,1998; Eryılmaz & Ögülmüş, 2010). Norman (1963), duygusal dengelilik, sorumluluk, uzlaşabilirlik, dışadönük olmak şeklinde bireyin kişilik özelliklerini ifade eden kavramları ortaya koymuştur Dışadönüklük, girişken, konuşmaktan hoşlanan, yaşam enerjisi olan samimi, sıcakkanlı, heyecanını coşkuyla yaşayan bireylere verilen bir alt boyuttur (Benet-Martinez & John, 1998; Somer, Korkmaz & Tatar, 2002). Duygusal dengesizlik (nevrotiklik) alt boyutu, bireylerin yaşadığı kaygı, depresyon, öfke, sıkıntı, sonunu düşünmeden hareket etme, güvensizlik anlamına gelmektedir (Friedman & Schustack, 1999; Sarıcaoğlu, 2011).Sorumluluk başlığı dikkatli ve özenli olma kavramlarını içerir. Sorumluluk sahibi olan insanlar, başarılı olmaya yakın, çaba sarf eden, planlı ve düşünmeden hareket etmeyen bireyler olarak değerlendirilmektedir (Costa & McCrae, 1995; Bacanlı, İlhan & Aslan, 2009). Deneyime açıklık alt boyutu, her an değişime ve yeniliğe hazır olma, meraklılık, yaratıcılık, özgürlük gibi özellikleri içerir (Benet-Martinez & John, 1998; Costa & McCrae, 1995; Somer vd., 2002; Doğan, 2013). Yumuşak başlılık ise affedicilik, yardımseverlik, kibar, hoşgörülü, saygılı ve katı kuralları olmayan vb. özellikler olarak ifade edilir (Costa & McCrae, 1995; Bacanlı vd., 2009).

Alanyazında yer alan, kişilik ve psikopatoloji teorilerine bakıldığında, Shields ve arkadaşları (2020) gençlerin kişilik patolojisini ele aldığı yapısal modelde, kişilik özellikleri ile psikopatoloji ilişkisini ortaya koymuştur. Model, bu araştırmada da ele alınan nevrotiklik, dışadönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk ve yumuşak başlılık olmak üzere beş faktörlü kişilik özellikleri üzerine kurulmuştur. Modele göre, kişiliğin bu boyutları, kişilik bozukluklarının tanı kriterleri ve değerlendirme ölçütleri üzerinde belirleyicidir (Goldberg, 1990; Krueger & Markon, 2014). Costa, Bagby ve Herbst (2005) da depresyonu ve depresyonunun etkilerini kişiliğin yansımaları olarak ele almaktadırlar. Kişiliğin temel özelliklerinden biri, olumsuz duygulanımları deneyimleme ve ifade etme eğilimi gösteren nevrotiklikdir. Bu modele göre, nevrotikliği yüksek olan kişiler, yaşadıkları stres durumlarına depresyon ile yanıt vermekte ve depresyon nevrotikliğin doğrudan bir ifadesi olarak ele alınmaktadır (Cassin & von Ranson, 2005). Kişilik özelliklerinin psikopatoloji üzerindeki etkileri ise, kişilik özelliklerinin stres durumlarına karşı bir kırılma sağlanması ile açıklanmaktadır. Bu durumda bazı insanlar stresli yaşam durumları karşısında çöküntü yaşarken, bazı insanlar ise ciddi travmatik koşullardan zarar görmemektedir (Widiger, 2011). İnsanların stresli yaşam durumlarında daha fazla ortaya çıkan nevrotik kişilik özellikleri, gelecekteki psikopatolojik durumlar üzerinde önemli bir belirleyicidir (Lahey, 2009; Widiger, 2009). Eysenck'in (1967) kişilik ve psikopatoloji ilişkisi modeline göre, nevrotik kişilik özelliği olumsuz duygulara yönelik bir eğilim ve bunun sonucunda yüksek stres seviyesi ile tanımlanmaktadır. Dışa dönüklük kişilik özelliği ise bunun tersi olarak, olumlu duygular enerji ve kişilerarası olma ile ele alınmaktadır. Bir başka araştırmada ise kişinin zayıf bir öz düzenleme ve sorumluluk becerileri ile düşük bir deneyime açıklığa ve yumuşak başlılığa sahip olmasının çoklu psikolojik bozuklukların bir özelliği olarak öne sürülmüştür (Brandes, Herzhoff, Smack, & Tackett, 2019; Shields, Giljen, España, & Tackett, 2021). Bunların dışında alanyazında,

kişilik tipi ve ruhsal bozukluğa karşı savunmasızlık arasında ilişki olduğuna dair (Kotov, Gamez, Schmidt, & Watson, 2010); insanın duygu, düşünme ve algılama biçimini üzerinde etkili olan kişilik eğilimlerinin suçluluk, intihar ve ruhsal bozuklukları üzerinde etkili olduğuna ilişkin teoriler de bulunmaktadır (Sheldon, 1942).

Ulusal literatürde kişilik özellikleri ile depresyon arasındaki ilişkileri inceleyen çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Sarıcı-Bulut, 2017; Yılmaz, 2012). Ayrıca stres ve kişilik özellikleri (Bektaş, Yazıcı & Altun, 2013) arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar vardır. Ancak anksiyete ve kişilik özelliklerini inceleyen çalışmaların sayısı sınırlıdır. Tüm bunların yanında uluslararası literatürde depresyon, stres ve anksiyete arasındaki ilişkiler bir bütün olarak incelenmiştir (Bienvenu ve ark., 2004; Chioqueta&Stiles, 2005; Ebstrup, Eplov, Pisinger&Jorgensen, 2011; Kendler&Myers, 2010; Steel, Schmidt&Shultz, 2008). Ancak bu değişkenlerin birlikte klinik olmayan üniversite öğrencileri örnekleminde Türkiye’de incelenmediği görülmektedir.

Depresyon, stres ve anksiyetenin bireylerin hayatını oldukça etkileyen duygusal problemler arasında yer aldığı alanda çalışan uzmanlar tarafından ifade edilmektedir (Akpınar, 2013; Durna, 2006; İlhan, Bahadırılı & Toptaner, 2014; Toros, Tot & Düzovalı, 2002; Tuğrul, 2000; Yıldırım, 1991; Yılmaz & Ocakbaşı, 2010). Üniversite yılları, ergenliğin son dönemini kapsamakla birlikte öğrencilerin eğitsel, mesleki ve kişisel – sosyal açıdan farklı alanlarda problemlerle karşı karşıya kaldığı bir dönemdir (Bayhan, 2003; Doğan, Doğan, Çorapçoğlu & Çelik, 1994; Özkürkçügil-Çorapçoğlu, 1999; Deniz & Sümer, 2010). Dolayısıyla üniversite öğrencilerinin bu üç duygu durumu ile karşılaşmaları kuvvetli muhtemeldir. Üstün ve Bayar’a (2015) göre yapılması gereken, bu duygu durumlarından kaçmak değil bunlarla nasıl başa çıkılabileceğini bilmektir. Bu doğrultuda bu çalışmada, depresyon, anksiyete ve stres ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi üniversite öğrencilerine psikolojik destek sunmak adına önemlidir.

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu araştırma, genel tarama modellerinden ilişkisel tarama türünde bir çalışmadır. Çok sayıda elemanı olan çalışma evreninde araştırmacıların grup hakkında genel kanaatlerine yardımcı olmaktadır. Tarama modelleri ise var olan bir durumu aynı görüldüğü şekli ile açıklamaya çalışan bir modeldir (Karasar, 1994; Büyüköztürk, 2007). Bu çalışmada bağımlı değişken olarak depresyon, stres ve anksiyete değişkenleri; bağımsız değişkenler olarak ise kişilik özellikleri ele alınmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler regresyon analizi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada çoklu regresyon analizi yöntemine başvurulmuştur.

Çalışma Grubu

Bu araştırma betimsel bir çalışmadır. Araştırmanın çalışma grubu İstanbul ilinde yer alan bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim görmekte olan 73 erkek (%28,0) ve 188 (%72,0) kadın olmak üzere toplam 261 öğrenciden oluşmaktadır. Bu öğrencilerin 65’i (%24,9)’u Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik, 38’i (%14,6) Türkçe ve Edebiyat öğretmenliği, 55’i (%21,1) Sosyal Bilgiler ve Tarih öğretmenliği, 32’si (%12,3) Matematik öğretmenliği, 34’ü (%13,0) Okul öncesi öğretmenliği ve 37’si (%14,2) İngilizce öğretmenliği bölümlerinde okumaktadır. Bu araştırma klinik olmayan bir örnekleme amaçladığı için; üniversite öğrencilerinin araştırmaya alınma kriteri; daha önce herhangi bir ruhsal bozukluk tanısı almış olmamak ve ruhsal bozukluk konusunda ilaç kullanmamaktır. Depresyon, anksiyete ve stres boyutlarının her birinden alınan puanların yüksek olması, bireyin ilgili probleme sahip olduğunu ve bu probleme ilişkin

belirtileri yoğun yaşadığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Depresyon, Anksiyete ve Stres Ölçek'lerinden alınabilecek en düşük puan sıfır iken en yüksek puan ise 42'dir. İlgili ölçeğin uyarlama sürecinde de klinik ve klinik olmayan üniversite öğrencileri üzerinde yapılan ayırt edici geçerlik analizinde, bir kesme puanı belirtilmese de, belirtilerin yoğunluğunun artması ile ölçek puanlarının artması ile klinik ve klinik olmayan örneklemi geçerli bir biçimde ayırt edebildiği görülmüştür. Bu araştırmada da, üniversite öğrencilerinin Depresyon (Ort. 10.96), Anksiyete (Ort. 12.90) ve Stres (Ort. 16.30) Ölçekleri puan ortalamaları incelendiğinde de, ölçek ortalama puanlarının ölçeklerden alınabilecek en yüksek puandan oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bu araştırmada yer alan üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres puanlarının, ölçeğin uyarlama sürecinde yer alan klinik grubun ölçek puan ortalamalarından oldukça düşük olduğu görülmüştür. Bu durum, örnekleme alınan üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres belirtilerini taşıdığı ancak klinik tanı alacak kadar yüksek düzeyde olmadığını doğrulamaktadır.

Bununla birlikte, örneklem grubundan veri toplamadan önce üniversite öğrencileri araştırma hakkında bilgilendirilmiş ve bilgilendirilmiş gönüllü onamları alınmıştır.

Veri Toplama Araçları

Depresyon, Anksiyete, Stres Ölçeği (DASÖ): Lovibond ve Lovibond (1995) tarafından geliştirilen Depresyon, Anksiyete Stres Ölçeği (DASÖ) 14'ü depresyon (örneğin, olumlu herhangi bir şey düşünmüyorum), 14'ü anksiyete (örneğin, dudaklarının kurduğunu hissediyorum) ve 14'ü stres (örneğin, çevremdeki olaylar gerginleşmeme neden oluyor) boyutlarına ait olmak üzere toplam 42 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçeye uyarlaması Akın ve Çetin (2007) tarafından yapılmıştır. Depresyon, anksiyete ve stres boyutlarının her birinden alınan puanların yüksek olması, bireyin ilgili probleme sahip olduğunu ve bu probleme ilişkin belirtileri yoğun yaşadığını ortaya koymaktadır. Ölçeğin uyarlama sürecinde hem klinik hem de klinik olmayan gruplar üzerinde geçerlik çalışmaları yürütülmüştür. Yapılan ayırt edici geçerlik çalışmalarında klinik örneklemin depresyon, anksiyete ve stres belirtilerini klinik olmayan gruba göre daha yoğun yaşadıkları ve depresyon ve anksiyete ve stres puanlarının anlamlı düzeyde yüksek olduğu görülmüştür. Bu iki örneklem grubu üzerinde yapılan ayırt edici geçerlik çalışmaları sonucunda, ölçeğin klinik ve klinik olmayan örnekleme geçerli düzeyde ayırt ettiği ifade edilmiştir. Bununla birlikte ölçeğin ayırt edici geçerlik çalışmalarında, klinik ve klinik olmayan örnekleme ayıran bir kesme puanı belirtilmemiştir. Ters madde bulunmayan ölçeğin toplam puanları her bir alt boyut için 0 ile 42 arasında değişmektedir. DASÖ için yapılan madde analizi sonucunda düzeltilmiş madde-toplam korelasyonlarının .51 ile .75 arasında değiştiği görülmüştür. DASÖ'nün Cronbach Alpha (α), iç tutarlılık katsayıları ölçeğin bütünü için .89, depresyon, anksiyete ve stres alt boyutları için sırasıyla .90, .92 ve .92 olarak bulunmuştur. Ölçeğin test-tekrar test güvenilirlik bulguları iki uygulama arasındaki korelasyon katsayılarının her üç alt boyut için .98 ($p < .001$) ve ölçeğin bütünü için .99 olduğunu göstermiştir. Sperman-Brown iki yarı güvenilirlik puanlarının ölçeğin bütünü için .96, depresyon, anksiyete ve stres faktörleri için sırasıyla .95, .98 ve .95 olduğu görülmüştür.

Beş Faktör Kişilik Ölçeği (BFKÖ): Bireylerin kişiliğine dair özellikleri ortaya koyabilmek amacıyla Benet-Martinez ve John (1998) tarafından geliştirilmiştir. BFKÖ, özbidirim tarzı, 5'li Likert tipi (1-Hiç Katılmıyorum, 5-Tamamen Katılmıyorum), 44 maddelik bir ölçme aracıdır. Ölçek, dışa dönüklük, duygusal dengesizlik (nevrotiklik), yumuşak başlılık, sorumluluk ve deneyime açıklık olmak üzere beş faktörden

oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe 'ye uyarlaması, Sümer ve Sümer (2005) tarafından gerçekleştirilmiştir ve alt boyutlara ilişkin güvenilirlik katsayıları 0,64 ile 0,77 arasındaki değerler ile ifade edilmiştir. Ölçeğin uygulama aşamasında belirtilen güvenilirlik katsayıları 0,67 ile 0,83 (Ülke, 2006), 0,60 ile 0,73 (Basım, Çetin ve Tabak, 2009) ve 0,77 ile 0,81 (Ulu ve Tezer, 2010) arasında değerler ortaya konmuştur. BFKÖ' nün yapı geçerliliğini ortaya koymak üzere Basım vd. (2009) tarafından yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucu 5 faktörlü yapıya ilişkin uyum iyiliği indeksleri, χ^2/sd (1397/584)=2,39, RMSEA= 0,059, CFI= 0,82, TLI=0,79 olarak bulunmuştur.

Bulgular **Betimsel İstatistikler**

Tablo 1. Depresyon-Anksiyete-Stres Ölçeği ve Kişilik Ölçeğinin Betimsel Değerleri

Değişkenler	İstatistik Değerler	
	Ort.	Ss
DAS.Depresyon	10,96	9,63
DAS.Anksiyete	12,90	9,39
DAS.Stres	16,30	10,55
Kişilik-Dışadönüklük	27,46	5,59
Kişilik-Yumuşak Başlılık	34,40	5,21
Kişilik-Sorumluluk	30,58	6,29
Kişilik-Nevrotizm	25,21	6,53
Kişilik-Açıklık	38,36	5,72

Tablo 1.'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin Depresyon-Anksiyete-Stres Ölçeği Depresyon alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 10,96$, $SS = 9,63$; Anksiyete alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 12,90$, $SS = 9,39$; Stres alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 16,30$, $SS = 10,55$ olduğu görülmektedir. Bununla birlikte araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin Kişilik Ölçeği Dışadönüklük alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 27,46$, $SS = 5,59$; Yumuşak başlılık alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 34,40$, $SS = 5,21$; Sorumluluk alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 30,58$, $SS = 6,29$; Nevrotizm alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 25,21$, $SS = 6,53$ ve Açıklık alt boyutundan aldıkları puanların $\bar{X} = 38,36$, $SS = 5,72$ olduğu görülmektedir.

Depresyon İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bu araştırmada, depresyon ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler çoklu regresyon analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kişilik özellikleri depresyonu anlamlı bir şekilde açıklamaktadır ($R = 0.60$; $R^2 = 0.37$; $F = 28.07$, $p < 0.01$). Analiz sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Kişilik özelliklerinin Depresyon Düzeyleri üzerindeki Yordayıcı Etkisi

Değişkenler	İstatistik Değerler				
	B	Std. Error	Beta	t	p
Sabit	18,218	5,867		3,105	,002
Kişilik-Dışadönüklük	-,250	,104	-,15	-2,403	,017
Kişilik-Yumuşak Başlılık	-,237	,101	-,13	-2,344	,020
Kişilik-Sorumluluk	-,172	,084	-,11	-2,040	,042
Kişilik-Nevrotizm	,596	,084	,40	7,083	,000
Kişilik-Açıklık	-,052	,097	-,03	-,538	,591

Tablo 2.'de görüldüğü üzere depresyonu kişilik özelliklerinin açıklamasına ilişkin değerler yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, depresyonla ilişkili olan en önemli kişilik özelliği duygusal açıdan dengesizlik bir başka deyişle nevrotizmdir ($\beta = 0.40$; $t = 7.08$; $p < 0.01$). Nevrotizm düzeyi arttıkça araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin depresyon belirtileri sergileme düzeyleri de artmaktadır. Depresyonla ilişkili olan ikinci önemli kişilik özelliği, dışa dönüklüktür ($\beta = -0.15$; $t = -2.40$; $p < 0.05$). Bu sonuca göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin dışa dönüklük özelliklerinin yükselmesi oranında depresyon belirtilerinin göstermeleri de azalmaktadır. Depresyonla ilişkili olan üçüncü önemli kişilik özelliği, yumuşak başlılık ($\beta = -0.13$; $t = -2.34$; $p < 0.05$). Bu sonuca göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin yumuşak başlılık özelliklerinin yükselmesi oranında depresyon belirtilerinin göstermeleri de azalmaktadır. Depresyonla ilişkili olan dördüncü önemli kişilik özelliği, sorumluluk ($\beta = -0.11$; $t = -2.04$; $p < 0.05$). Bu sonuca göre araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin sorumluluk özelliklerinin yükselmesi oranında depresyon belirtilerinin göstermeleri de azalmaktadır.

Anksiyete ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bu araştırmada, anksiyete ile kişilik özellikleri arasındaki durum çoklu regresyon analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kişilik özellikleri anksiyeteyi anlamlı bir şekilde açıklamaktadır ($R = 0.56$; $R^2 = 0.32$; $F = 23.64$, $p < 0.01$). Analiz sonuçları Tablo 3.'te yer almaktadır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Anksiyete Düzeyleri Üzerindeki Yordayıcı Etkisi

Değişkenler	İstatistik Değerler				
	B	Std. Error	Beta	t	p
Sabit	1,855	5,893		,315	,753
Kişilik-Dışadönüklük	-,086	,104	-,051	-,823	,411
Kişilik-Agreableness	-,117	,102	-,065	-1,150	,251
Kişilik-Dürüstlük	-,011	,085	-,007	-,128	,898
Kişilik-Nevrotizm	,739	,084	,513	8,751	,000
Kişilik-Açıklık	-,024	,097	-,015	-,250	,802

Tablo 3.'de görüldüğü üzere anksiyeteyi kişilik özelliklerinin açıklamasına ilişkin değerler yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, anksiyete ile ilişkili olan en önemli kişilik özelliği duygusal açıdan dengesizlik bir başka deyişle nevrotizmdir ($\beta = 0.51$; $t = 8.75$; $p < 0.01$). Nevrotizm düzeyi arttıkça bireylerin anksiyete belirtileri sergileme düzeyleri de artmaktadır.

Stres ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Regresyon Analizi Sonuçları

Bu araştırmada, stres ile kişilik özellikleri ilişkisi çoklu regresyon analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kişilik özellikleri stresi anlamlı bir şekilde açıklamaktadır ($R = 0.68$; $R^2 = 0.46$; $F = 42.98$, $p < 0.01$). Analiz sonucunda elde edilen veriler Tablo 4.'te yer almaktadır.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Stres Düzeyleri Üzerindeki Yordayıcı Etkisi

Değişkenler	İstatistik Değerler				
	B	Std. Error	Beta	t	p
Sabit	4,539	5,886		,771	,441
Kişilik-Dışadönüklük	-,097	,104	-,051	-,930	,353
Kişilik-Yumuşak Başlılık	-,245	,101	-,121	-2,418	,016
Kişilik-Dürüstlük	,050	,085	,030	,593	,554
Kişilik-Nevrotizm	,981	,084	,607	11,624	,000
Kişilik-Açıklık	-,090	,097	-,049	-,925	,356

Tablo 4.'te görüldüğü üzere stresi kişilik özelliklerinin açıklamasına ilişkin değerler yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, stresle ilişkili olan en önemli kişilik özelliği duygusal açıdan dengesizlik bir başka deyişle nevrotizmdir ($\beta = 0.60$; $t = 11.62$; $p < 0.01$). Nevrotizm düzeyi arttıkça bireylerin stres belirtileri sergileme düzeyleri de artmaktadır.

Stresle ilişkili olan ikinci önemli kişilik özelliği, yumuşak başlılık ($\beta = -0.12$; $t = -2.41$; $p < 0.05$). Bu sonuca göre bireylerin yumuşak başlılık özelliklerinin yükselmesi oranında stres belirtilerini göstermeleri azalmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin depresyon ve kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi ve kişilik özelliklerinin depresyon-anksiyete-stres duygu durumlarını açıklama düzeyini incelemek amaçlanmıştır.

Bu çalışmadan elde edilen ilk bulguya göre, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin stres, depresyon ve anksiyete düzeyi ile kişilik özelliklerinden duygusal açıdan dengesizlik (nevrotizm) boyutu arasında olumlu yönde pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka deyişle, bu araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri yükseldikçe nevrotizm düzeyleri de artmaktadır. İlgili alanyazında depresyon düzeyi ile kişilik özelliklerinin araştırıldığı çalışma sonuçlarına göre, nevrotik düzeyi yüksek olan bireylerin depresyona daha yatkın olduklarını ortaya koymuştur (Cassin & von Rason, 2005; Chamorro-Premuzic, 2008; Kesen & Deniz, 2014; Sarıcı-Bulut, 2017). Benzer şekilde Yılmaz (2012) tarafından alkol bağımlılarına yönelik yapılan çalışmada da, alkol bağımlısı erkeklerin depresif oldukları dolayısıyla da nevrotik olma eğilimlerinin yüksek olduğu saptanmıştır. Bu çalışma, stres ve kişilik özelliklerine yönelik yapılan çalışmalar ile de paralellik göstermektedir. Buna göre, stresli bir duygu durumuna sahip bireylerin nevrotik davranışları daha fazla sergiledikleri bulgulanmıştır (Burger, 2006; Lahey, 2009; Widiger, 2009; Eysenck, 1967). Anksiyete ile kişilik özelliklerinin birlikte araştırıldığı araştırmalarda bu çalışmadan elde edilen sonuçlarla benzer olarak, anksiyete yaşayan bireylerin kişilik özelliklerinden nevrotiklik alt boyutunun özelliklerini taşıdığı görülmüştür (Chamorro-Premuzic, 2008; Kotov vd., 2010; Koorevaar vd., 2013). Araştırma sonuçlarından da anlaşıldığı üzere, ilgili literatür, kişilik özelliklerinden nevrotizm alt boyutunun psikopatoloji ile yüksek derecede ilişkili olduğu görülmektedir (Costa & McCrae, 1990; Saulsman & Page, 2004; Lynam & Widiger, 2001; Samuel & Widiger, 2008).

Nevrotizm kişilik özelliğinin depresyon, anksiyete ve stresle ilişkili olmasının nedeni araştırırken nevrotizm kavramının tanımına ihtiyaç duyulmaktadır. Nevrotizm, bireyin günlük hayatında duygularının sıklıkla değişmesi, çoğunlukla hüznü, huzursuz, gergin, öfke duygularını yaşaması olarak literatürde yerini almıştır (Benet-Martinez & John, 1998; Costa & McCrea, 1992). Nevrotik bireyler, olumsuz duyguları fazlasıyla yaşaması ile birlikte yapılan araştırmalarda geçmişte hoş olmayan deneyimleri de yaşadıkları belirlenmiştir. Bunun sonucunda da depresyon, stres ve anksiyete gibi patolojik durumlarla başvurma olasılıkları da artmaktadır (Heady & Wearing, 1989; Rusting, 1998). Bununla birlikte Merdan (2013) nevrotik kişilik özelliği taşıyan bireylerin kendilerine yönelik algılarının düşük olduğu ve aşağılık kompleksi yaşayabildiklerini belirtmektedir. Literatür incelendiğinde, düşük düzeyde özgüvene sahip bireylerin, daha çok olumsuz duygular yaşadığı ve kişiyi depresyon, stres ve anksiyeteye sürüklediğine dair araştırmalar mevcuttur (Deniz & Sümer 2010; Üstün & Bayar, 2015). Bu açılarından bu çalışma, literatürdeki açıklamaları destekler niteliktedir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer bulguya göre, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin depresyon düzeyleri ile dışa dönüklük, yumuşak başlılık ve sorumluluk kişilik özelliği olumsuz yönde ilişkili bulunmuştur. Ek olarak öğrencilerin stres düzeyleri ile yumuşak başlılık arasında olumsuz yönde ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur. İlgili araştırmalar incelendiğinde Sarıcı-Bulut (2017) ve Cujipers, Steunenbergh ve Van Straten (2007) tarafından yapılan çalışmalarda depresyon ve stres düzeyi yüksek bireylerin kişilik özelliklerinden yumuşak başlılık, sorumluluk, dışa dönüklük düzeylerinin düşük

olduğu görülmektedir. Bununla birlikte dışa dönük, sorumluluk sahibi ve yumuşak başlı kişilerin daha fazla olumlu duygular deneyimledikleri, stres gibi olumsuz duyguları daha az düzeyde yaşadıkları ortaya çıkmıştır (Rusting ve Larsen, 1997; Rusting, 1998; Eryılmaz ve Ercan,2011). Benzer şekilde Doğan (2013) dışadönüklük, sorumluluk, yumuşak başlılık kişilik özellikleriyle öznel iyi oluş arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunurken nevrotik kişilik özelliği ile öznel iyi oluş arasında olumsuz yönde anlamlı bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur.

Bu çalışmada, araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri ile depresyon-stres ve anksiyete arasındaki ilişki değerlendirilmiş olup bundan sonra yapılacak çalışmalarda farklı yaş grubundaki örneklem grupları ile çalışılabilir. Klinik tanı almış olan üniversite öğrencileri ile de benzer bir çalışma gerçekleştirilebilir ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılabilir. Bununla birlikte, bu araştırma nicel yöntemler ile yürütülmüş bir araştırmadır. Bundan sonraki araştırmalarda üniversite öğrencilerinin kişilik özelliklerinin ve depresyon, anksiyete ve stres duyu durumlarının detaylı incelenmesi açısından nitel çalışmaların yapılması önerilebilir. Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda kişilik özelliklerinden özellikle nevrotizmin depresyon,anksiyete ve stres üzerinde yordayıcı etkisi olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda üniversite öğrencilerinin nevrotik belirtilerini en aza indirmek amacıyla gevşeme egzersizleri, kaygı ile baş etme becerileri, çatışma çözme becerileri, iletişim becerileri, olumsuz düşünceleri değiştirmeye yönelik bilişsel davranışçı temelli çalışmaların yapılması önerilebilir. Depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri yüksek çıkan üniversite öğrencilerine ise koruyucu ve önleyici ruh sağlığına yönelik psikoeğitim programları planlanıp uygulanması önerilebilir. Depresyon, stres ve anksiyete belirtileri sergileyen ancak klinik tanı almayan bireyler ile bireyle psikolojik danışma çalışmaları da yapılabilir. Kişilik özelliklerinin bireylerin depresyon, stres ve anksiyete üzerindeki etkisi dikkate alındığında, ebeveynlere ve üniversite öğrencilerine çocuklarda ve ergenlerde kişilik gelişimi süreci konusunda eğitim programları düzenlenerek bilgilendirme çalışmaları yapılması da önemli olacaktır.

Bu araştırma İstanbul ilinde bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde eğitim öğretim gören öğrenciler ile sınırlıdır. Öğrencilerin depresyon, stres ve anksiyete düzeyinin belirlenmesi Depresyon, Anksiyete ve Stres Ölçeğinin kullanımı ile sınırlıdır. Bir başka sınırlılık ise, ölçeği dolduran öğrencilerin ölçek maddelerinin hatırlama ve kendini iyi gösterme yanlılığı olabilir. Son olarak, bu araştırmada yapılan analizlere demografik değişkenlerin dahil edilmemesi de araştırmanın bir sınırlılığıdır.

KAYNAKÇA

ACARAY, A., & GÜNSEL, A. (2017). Beş Faktör Kişilik Özellikleri, İzlenim Yönetimi Taktikleri ve Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 527-546.

BACANLI, H., İLHAN, T., & ASLAN, S. (2009). Beş Faktör Kuramına Dayalı Bir Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (Sdkt). *Journal of Turkish Educational Sciences*, 7(2).

BEKTAŞ, S. Ç., & ALTUN, F. (2013). Öğretmenlerin kişilik özellikleri ve kişisel sağlık davranışları ile depresif belirtileri arasındaki ilişkiler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1).

BENET-MARTÍNEZ,V., & JOHN, O.P. (1998). Los cinco grandes across cultures and ethnic groups: Multitrait multimethod analysis of the big five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 729-750.

- BIENVENU, O. J., SAMUELS, J. F., COSTA, P. T., RETI, I. M., EATON, W. W. & NESTADT, G. (2004). Anxiety and depressive disorders and the five-factor model of personality: A higher-and lower-order personality trait investigation in a community sample. *Depression and Anxiety*, 20(2), 92-97.
- BRANDES, C. M., HERZHOFF, K., SMACK, A. J., & TACKETT, J. L. (2019). P faktörü ve n faktörü: Çocuklarda psikopatoloji ve nevrotikliğin genel faktörleri arasındaki ilişkiler. *Clin Psychol Sci*, (7), 1266 - 1284
- BULUT, S. S. Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Stresle Başa Çıkma Ve Depresyon Arasındaki İlişkiler: Gazi Eğitim Fakültesi Örneği. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 6/2 2017 s. 1205-1221*.
- BURGER, J. M., (2006). *Kişilik*, Çeviren: İnan Deniz Erguvansarioğlu, İstanbul:Kaknüs Yayınları.
- CASSIN, S. E. & VON RANSON, K. M. (2005). Personality and eating disorders: a decade in review. *Clin Psychol Rev.* (25):895-916.
- CHAMORRO-PREMUZIC, T. (2008). *Personality and Individual differences*. Blackwell publishing.
- CHIOQUETA, A. P. & STILES, T. C. (2005). Personality traits and the development of depression, hopelessness, and suicide ideation. *Personality and Individual Differences*, 38(6), 1283-1291.
- COSTAJR, P. T., & MCCRAE, R. R. (1990). Personality disorders and the five-factor model of personality. *Journal of personality disorders*, 4(4), 362-371.
- COSTA, P.T., BAGBY, R.M., HERBST, J.F.(2005) Personality self-reports are concurrently reliable and valid during acute depressive episodes. *J Affect Disord.*(89):45-55
- CUIJPERS, P., STEUNENBERG, B., & Van STRATEN, A. (2007). Actions Taken to Cope with Depressed Mood: The Role of Personality Traits, *Aging & Mental Health*, 11(4), 457-463.
- DEMİR, E. (2015). Ortaokul ve Liselerde Görev Yapan Branş Öğretmenlerinin Kişilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi (Assessment of Personality Traits of Branch Teachers Working in Secondary Schools and High Schools), *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 137-150.
- DENİZ, M. E. & SÜMER, A. S. (2010). Farklı özanlayış düzeylerine sahip üniversite öğrencilerinde depresyon, anksiyete ve stresin değerlendirilmesi, *Eğitim ve Bilim*, 35(158).
- DOĞAN, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- DÜNDAR, S., YAPICI, Ş., & TOPÇU, B. (2008). Üniversite öğrencilerinin bazı kişilik özelliklerine göre sınav kaygısının incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28(1).
- EBSTRUP, J. F., EPLOV, L. F., PISINGER, C., & JØRGENSEN, T. (2011). Association between the Five Factor personality traits and perceived stress: is the effect mediated by general self-efficacy?. *Anxiety, Stress & Coping*, 24(4), 407-419.
- ERYILMAZ, A. & ÖĞÜLMÜŞ, S. (2010). Subjective well-being and big five personality model at adolescence. *Journal of Ahi Evran University Educational Faculty*, 11(3), 189-203.
- ERYILMAZ, A., & ERCAN, L. (2011). Öznel iyi oluşun cinsiyet, yaş grupları ve kişilik özellikleri açısından incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36), 139-149.
- EYSENCK, H.J. (1967). *The Biological Basis of Personality*. Springfield, IL: Thomas.
- GOLDBERG, L.R. (1990). An alternative "description of personality": the big-five factor structure. *J Pers Soc Psychol*, (59), 1216.

GHROUZ, A. K, NOOHU, M. M., DILSHAD, M. M., WARREN, S. D., BAHAMMAM, A. S., PANDI-PERUMAL, S.R. (2019). Physical activity and sleep quality in relation to mental health among college students. *Sleep Breath*, 23, 627-34.

HARRER, M, & ADAM, S. H., BAUMEISTER, H., CUIJPERS, P., KARYOTAKI, E., AUERBACH, R. P. et al. (2019). Internet interventions for mental health in university students: A systematic review and meta-analysis. *Int J Methods Psychiatr Res*, 28, 1759.

HEADY, B., & WEARING, A. (1989). Personality, life events, and subjective well being:toward a dynamic equilibrium model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 731-739.

İLHAN, N., BAHADIRLI, S., & TOPTANER, N. E. (2014). Üniversite öğrencilerinin ruhsal durumları ile sağlık davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesi, *Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4(4):207-215.

KENDLER, K. S. & MYERS, J. (2010). The genetic and environmental relationship between major depression and the five-factor model of personality. *Psychological Medicine*, 40(5), 801-806.

KESEN, N.F. & DENİZ, M. (2014). *Üniversite Öğrencilerinin Duygu Stillerinin Beş Faktör Kişilik Özellikleri Depresyon, Anksiyete Ve Strese Göre İncelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.

KOOREVAAR, A. M., COMIJS, H. C., DHONDT, A. D., Van MARWIJK, H. W., Van Der MAST, R. C., NAARDING, P., & STEK, M. L. (2013). Big Five Personality and Depression Diagnosis, Severity and Age of Onset in Older Adults. *Journal of Affective Disorders*, (151), 178-185.

KOTOV, R., GAMEZ, W., SCHMIDT, F., & WATSON, D. (2010), Big Personality Traitst to Anxiety, Depressive and Substance Use Disorders: A Database: Psycarticles MetaAnalysis. *Pschological Bulletin*, 136(5), 768-821.

KRUEGER, R.F., & MARKON, K.E. (2014).The role of the DSM-5 personality trait model in moving toward a quantitative and empirically based approach to classifying personality and psychopathology, *Annu Rev Clin Psychol*, (10), 477-501

KÜLTÜR, Y. Z. (2006). *Ortaöğretim Kurumlarındaki Yöneticilerin Liderlik Stilleri ve Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

LAHEY, B. B. (2009). Public health significance of neuroticism. *Am Psychol*. (64): 241-256.

LYNAM, D. R., & WIDIGER, T. A. (2001). Using thefive-factor model to representthe DSM-IV personality disorders: An expert consensus approach. *Journal of abnormal psychology*, 110(3), 401.

MALOUFF, J. M., THORSTEINSSON, E. B. & SCHUTTE, N. S. (2005). The relationship between the five-factor model of personality and symptoms of clinical disorders: A metaanalysis. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 27(2), 101-114.

MCCRAE, R.R., & COSTA, P.T. (1992). Four ways five factors are basics. *Personality and Individual Differences* , 13(6),653-665.

MCCRAE, R.R., & COSTA, P.T. (1999). *A five-factor theory of personality*. L.A. Pervin, O.P. John (Eds.), *Handbook of Personality Theory and Research*, vol 2, New York: Guilford Press.

MCCRAE, R. R., & COSTA, P. T. (2003). *Personality in adulthood*. New York: The Guilford Press

MERDAN, E. , (2013). *Beş Faktör Kişilik Kuramı İle İş Değeleri İlişkinin İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gümüşhane, Gümüşhane Üniversitesi.

ÖZDEL, L., BOSTANCI, M., ÖZDEL, O. & OĞUZHANOĞLU, N. K. (2002). Üniversite öğrencilerinde depresif belirtiler ve sosyodemografik özelliklerle ilişkisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 3(3), 155-161.

ÖZKAN, S. & YILMAZ, E. (2010). University students adapt to university life situations (Bandırma Sample). *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 5, 153-71.

ÖZKÜRKÇÜGİL-ÇORAPÇIOĞLU, A. (1999). Bir mediko-sosyal merkeze genel sağlık sorunları ile başvuran öğrencilerden psikiyatrik tanı alanlarda bazı sosyodemografik özellikler. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 10(2), 115-122.

ÖZTÜRK, M. O. & ULUŞAHİN, A. (2008). *Ruh Sağlığı ve Hastalıkları* (11. baskı). Tuna Matbaacılık, Ankara.

RUSTING, C. L. (1998). Personality, mood, and cognitive processing of emotional information: three conceptual frameworks. *Psychological Bulletin* 124, 165-196.

SAMUEL, D. B., & WIDIGER, T. A. (2008). A meta-analytic review of the relationships between the five-factor model and DSM-IV-TR personality disorders: A facet level analysis. *Clinical psychology review*, 28(8), 1326-1342.

SARICI BULUT, S. (2017). Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Stresle Başa Çıkma ve Depresyon Arasındaki İlişkiler: Gazi Eğitim Fakültesi Örneği. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 6(2), 1205- 1221.

SAULSMAN, L. M., & PAGE, A. C. (2004). The five-factor model and personality disorder empirical literature: A meta-analytic review. *Clinical psychology review*, 23(8), 1055-1085.

SHIELDS, A. N., GILJEN, M., ESPAÑA, R. A., & TACKETT, J. L. (2020). The p factor and dimensional structural models of youth personality pathology and psychopathology. *Current opinion in psychology*.

SİĞRİ, Ü. & GÜRBÜZ, S. (2011). Akademik Başarı ve Kişilik İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10(1), 30-48.

SOMER, O., KORKMAZ, M. & TATAR, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49), 21-36.

STEEL, P., SCHMIDT, J. & SHULTZ, J. (2008). Refining the relationship between personality and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 134(1), 138.

ŞAHİN, H. (1995). *Yetiştirme Yurtlarında Kalan ve Aileleriyle Yaşayan Liseli Gençlerin Stresle Başa Çıkma Stratejileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TABACHNICK, B.G. & FIDELL, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Pearson, Boston.

TAMIR, M., ROBINSON, M. D., & CLORE, G. L. (2002). The epistemic benefits of trait-consistent mood states: An analysis of extraversion and mood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 3, 663-667.

TEKİN, Ömer Akgün, S. N. TURAN, M. ÖZMEN, A.A. TURHAN, & A.KÖKÇÜ (2012). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama, *Journal of Yaşar University*, 27, s. 4611-4641.

TOZKOPARAN, G. (2013). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çatışma Yönetim Tarzlarına Etkisi: Yöneticiler Üzerinde Bir Araştırma, *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*.

ÜLEV, E. (2014). *Üniversite öğrencilerinde bilinçli farkındalık düzeyi ile stresle başa çıkma tarzının depresyon, kaygı ve stres belirtileriyle ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi. Ankara.

ÜNAL, S. & ÖZCAN, E. (2000). Depresyonda hazırlayıcı, ortaya çıkarıcı ve koruyucu etkenler. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 1(1), 41-48.

ÜSTÜN, A., & BAYAR, A. (2015). Üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 384-390.

WIDIGER, T. A., & SMITH, G. T. (2008). *Personality and psychopathology*.

WIDIGER, T. A. (2009). Neuroticism. In: Leary MR, Hoyle RH, editors. *Handbook of individual differences in social behavior*. New York: Guilford; 129-146

YILDIZ, M., & BULUT, M. B. (2017). Ölüm Kaygısı İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. *Electronic Turkish Studies*, 12(13).

YILMAZ Ö. (2012). *Alkol bağımlısı olan erkeklerde kişilik özellikleri, stresle başa çıkma tarzları, intihar olasılığı ve depresif belirti düzeyinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Bilim Dalı.

Summary

The concept of personality contains many variables. Personality is the characteristics that express the interaction that the individual has with his environment and distinguish him from others. The most comprehensive studies on personality have been conducted with the Five Factor Personality Model. These are 5 personality traits: extraversion, mildness, neuroticism, responsibility, and openness to experience. They are expressed by experts working in the field where depression, stress and anxiety are among the emotional problems that affect the lives of individuals. In addition, university years are a period in which students face problems in different areas of education, professional and personal - social. Therefore, it is possible for university students to experience negative emotions such as depression, stress and anxiety. The important thing is not to escape from these emotional states, but to know how to deal with them. Examining the relationship between these three variables and personality traits in order to provide psychological support to university students may contribute to the literature. In light of previous literature, in this study, it is aimed to investigate the relationship between personality traits and depression, stress and anxiety living conditions of university students.

In this study, correlational descriptive model was used in the present study. The sample of the research is the clustering sampling method. 261 students participated in the study. In the study, Depression, Anxiety Stress Scale and Five Factor Personality Scale were used.

Descriptive statistics and regression analysis were used for data analysis. Descriptive statistics and regression analysis were used for data analysis. According to the research findings; personality traits significantly explain depression ($R = 0.60$; $R^2 = 0.37$). The most important personality trait associated with depression is neuroticism. According to another result; personality traits significantly explain anxiety ($R = 0.56$; $R^2 = 0.32$). The most important personality trait associated with anxiety is neuroticism. According to another conclusion; personality traits explained stress significantly ($R = 0.68$; $R^2 = 0.46$). The most important personality trait associated with stress is neuroticism. According to another finding obtained from the study, the level of depression of the university students participating in the study was found to be negatively correlated with extroversion, mildness and responsibility personality traits. In addition, negative and significant relationships were found between students' stress levels and mildness. The findings obtained were evaluated in the light of the relevant literature and supported by the studies.

In this study, the relationship between personality traits of university students and depression-stress and anxiety was evaluated, and from now on, it can be studied with other sample groups. However, the same study can be carried out with diagnosed individuals. The results can be compared. It can be said that this study is a resource that can be used in the creation of psychoeducation programs for preventive and preventive mental health at universities. Psychological support studies can be conducted with individuals who exhibit symptoms of depression, stress and anxiety but are not diagnosed. The role of personality traits can be considered in this process.

This research is limited to students who have university education in the province of Istanbul. Another limitation is that while conducting this research, the participants were not asked whether they were using drugs or whether they had any diagnoses.

COVID-19 Pandemi Sürecinde Annelerin Çocuklarıyla İlişkisi ve Ev Kazalarına Yönelik Tedbir Düzeyleri

Alev ÜSTÜNDAĞ*

Öz

Araştırmanın amacı, pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleriyle, ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında ilişki olup olmadığının, ayrıca ilişki varsa bu ilişki düzeyine annelerin eğitim düzeyi ve çalışma durumlarının etkisinin ne düzeyde olduğunun incelenmesidir. Araştırma, nicel araştırma deseniyle oluşturulmuş ve korelasyon araştırması yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda betimsel araştırma tekniklerinin kullanıldığı sonuçlara da yer verilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak "0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği" ile "Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmaya 80 anne katılmıştır. Pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemleri düzeylerinin yüksek olarak belirlenmiştir. Pandemi sürecinde annelerin çocuklarıyla olan ilişki düzeyleri de ilişkinin niteliği de yüksek olarak belirlenmiştir. Annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleriyle ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Annelerin eğitim düzeyleriyle anne-çocuk ilişkisi arasında orta seviyede, negatif ve anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur. Annelerin çalışma durumlarıyla ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında anlamlı ilişki olmadığı belirlenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda annelerin çocuklarıyla ilişkisi ve aldıkları güvenlik önlemlerinin yüksek düzeyde tespit edilmiş olması, muhtemel uzun vadeli olumsuz etkilerin çalışma yapılan gruptaki anneler ve çocukları için olmayabileceği ya da daha az düzeyde olabileceği şeklinde ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: COVID 19, Anne-Çocuk İlişkisi, Ev Kazaları, Anne, Çocuk.

During COVID-19 Pandemic Process the Relationship of Mothers with Their Children and Prevention Levels for Home Accidents

Abstract

The purpose of the study is to determine whether there is a relationship between the level of defining the security measures taken by mothers to prevent home accidents during the pandemic process and the quality of the parent-child relationship. In addition, it was also examined whether it was related to the education level and employment status



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 10.05.2021

Kabul/Accepted: 14.03.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.935132>

* Doç. Dr., Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Gülhane Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, Ankara, Türkiye. E-posta: alev.ustundag@sbu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-5832-6810>

of the mothers. The research was created with a quantitative research design and was carried out using the correlation research method, one of the quantitative research methods. At the same time, results using descriptive research techniques are also included. In the study, the "Scale for Mother's Identification of Safety Measures Against Home Accidents for Children of 0-6 Years Age Group" and the "Parent-Child Relationship Scale" were used as data collection tools. 80 mothers participated in the study. During the pandemic process, the security measures taken by mothers to prevent home accidents were determined to be high. Relationship levels of mothers with their children during the pandemic process were also determined to be high. There was no significant relationship between the level of defining the safety measures taken by mothers to prevent home accidents and the quality of the parent-child relationship. It was found that there is a medium, negative, and significant relationship between the education level of the mothers and the mother-child relationship. It was determined that there was no significant relationship between the working status of mothers and the level of defining the safety measures they took to prevent home accidents and the quality of the parent-child relationship. As a result of the research, it can be stated that the relationship of mothers with their children and the safety importance they take were determined at a high level, that the possible long-term negative effects may not be or may be at a lower level for the mothers and their children in the study group.

Keywords: COVID 19, Mother-Child Relationship, Home Accidents, Mother, Child.

Giriş

COVID-19 salgını, dünya çapında birçok insanın hayatında büyük çaplı değişikliklere neden olan ciddi bir hastalık olarak kabul edilmektedir (Masten ve Motti-Stefanidi, 2020). Pandemi süreci özellikle çocuğu bulunan aileleri daha fazla etkilemiş (Brock ve Laifer, 2020) ve çocukların düzenlerinin bozulması, gelişimsel isteklerinin uygun şekilde karşılanmaması gibi durumlar bu konu üzerinde etkili olmuştur (Finkenauer ve ark., 2019). Daha önce yapılan büyük ölçekli felaketler ve olumsuz yaşam olayları ile ilgili araştırma sonuçlarına göre çocukların yaşadıkları süreçten etkilenmelerinde sadece yaş, cinsiyet, kişilik gibi bireysel özelliklerinin yanı sıra aile bağları, destek, sevgi ve ilgi gibi bağlamsal faktörlerin de önemli olduğu belirlenmiştir (Bonanno, 2004; Bonanno ve ark., 2007). Çocuklarda olumsuz yaşam olayları sonrasında stres ve kaygı bozuklukları gibi psikolojik tepkilerin gelişmesine karşı en önemli koruyucu faktörün ebeveyn desteği olduğu tespit edilmiştir (Bokszcza'nin, 2008; Masten ve ark., 1999). Ebeveyn desteğinin sağlanmadığı durumlarda ise çocuklarda içselleştirme belirtilerinde artma, kişilerarası çatışma ve aile içi şiddetin artması gibi durumlar gözlenmiştir (Cobham ve Mcdermott, 2014; Harville ve ark., 2011; McDermott ve Cobham, 2012).

COVID-19 ile ilgili stres faktörleri temelde; hastalanma korkusu, çalışma ve öğrenme hayatındaki aksaklıklar, günlük kişisel bakım ihtiyaçlarının karşılanamaması, güvenilir bilgi ve kaynaklara erişim eksikliği olarak ifade edilmektedir (Park ve ark., 2020). Pandemi sürecinde yapılan araştırmalar bu stres faktörlerinin ebeveynlerde ve çocuğa bakım veren kişilerde arttığını göstermektedir (Park ve ark., 2020). Ancak artan bu stresin çocuk-ebeveyn ilişkilerini nasıl etkileyeceği hakkında çok az şey bilinmektedir (Katz ve Gottman, 1996). Nelson ve arkadaşlarının (2009) öne sürdüğü yayılma hipotezine göre ebeveynlerden çocuklarına yayılabilen etki ve davranış örüntüsü bulunmaktadır. Yayılma hipotezi, etkinin veya davranışın bir aile sistemi içindeki aynı değerlikle bir ilişkiden diğerine aktarılabilceğini öne sürmektedir, yani, ebeveyndeki

olumsuz etki çocuktaki olumsuz duyguyla bağlantılıdır. Telafi edici hipotez adı verilen ikinci etki durumunda ise, olumsuz etkileri telafi etmek veya bunlara karşı koruma sağlamak için aile alt sistemleri arasındaki transferin zıt değerde gerçekleşebileceği ileri sürülmektedir.

Yapılan araştırmalar, toplumun genelini etkileyen afetlerin çocuklarda ve ailelerinde görülen ruh sağlığı etkilerinin yaygın olduğunu doğrulamaktadır (North, 2016). Ebeveynlerin çocuklarını destekledikleri ilişkiler olumsuz yaşam olaylarının etkilerini azaltabilse de pandeminin etkisiyle aile içindeki ilişkiler de değişebilmektedir (Brock ve Laifer, 2020). Çünkü COVID-19 salgını kısıtlayıcı önlemler ve yasaklar nedeniyle diğer birçok felakete kıyasla farklı özelliklere sahip olduğu için aile içindeki ilişkiler üzerinde daha güçlü etkiye sahip olabilmektedir (Masten ve Motti-Stefanidi, 2020; Walsh, 2020). Deprem, sel, yangın gibi felaketler genellikle insan yaşamında etkilidir, ancak etkileri nispeten kısadır. Bu tür felaketlerden sonra insanlar sağlık bakımı almakta, hayatta kalanları aramakta ve daha sonra evlerini yeniden inşa etmek için birlikte çalışmaktadır (Bava ve ark., 2010). COVID-19 salgınında sağlık imkanlarının dışında hastalığın bulaşma riski nedeniyle toplumsal destek kaynakları sınırlıdır (Brock ve Laifer, 2020). Özellikle gelişimlerini destekleyici sosyal ağların olmaması çocuklar için zararlı olabilmektedir (Finkenauer ve ark., 2019).

Aile içi ilişkiler COVID-19 salgını sırasında çok önemli hale gelmiştir. Aile, özellikle ilk altı yıl içinde çocuğun bilinçli veya bilinçsiz sosyalleşmesinde en önemli ve etkili sosyal kurumdur (Yavuzer, 2010). Bir çocuğun ailesi, sağlıklı bir birey olmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle içinde yaşadıkları ve büyüdükleri ailenin özellikleri ve çocukla olan ilişkisi çocuğun kişilik yapısını etkileyebilmektedir (Yavuzer, 2010). Özellikle altı yaşına kadar annesiyle kurduğu iletişim ve etkileşim, çocuğun kişilik özelliklerinin belirlenmesinde ve sosyalleşmesinde önemli rol oynamaktadır. Anne, sadece çocuğunun temizlik, beslenme ve giyinme ihtiyaçlarını karşılamaktan sorumlu değildir. Aynı zamanda ilk öğretmenidir. Çocuğunun yeni davranışlar öğrenmesini destekleyerek, davranışlarını onaylayarak, yönlendirerek ya da reddederek dolaylı olarak eğitilmesini sağlamaktadır (Kostelnik ve ark., 2004).

COVID-19 salgını ile aileler birçok sorunla karşı karşıya kalmışlardır. Finansal zorluklar yaşamakta, uzaktan veya esnek çalışmak zorunda kalmakta, çocuklar evde eğitim almakta hem kendilerine hem de çocuklarına hastalık bulaşmasına karşı önlemler almakta, sosyal izolasyon yapılmakta, iş rutinlerinde değişiklikler olmakta, okulların kapalı olmasından dolayı çocuk bakımı nedeniyle yükleri artmaktadır (Prime ve ark., 2020). Ebeveynlerin çocuklarına bakması ve güvenliklerini sağlaması genellikle doğal olarak kabul edilen bir durum olsa da pandemi süreci aile rutinlerinde ve ritüellerinde köklü değişikliklere neden olmuştur (Bate ve Malberg, 2020).

COVID-19 salgınının yayılmasını önlemek için sokağa çıkma yasakları nedeniyle uzun süreli evde izolasyon, bu pandeminin ek ikincil hasarı olarak çocuklarda ev içi kaza riskinin artması potansiyelini taşımaktadır (Lazzerini ve ark., 2020; Viner ve ark., 2020). Ev kazaları, çocuklarda en yaygın ölüm nedenleri arasında olup acil servislere başvuruların önemli bir bölümünü oluşturmaktadır (Altuntaş ve ark., 2013). Evde görülen kaza durumlarına düşme, yanık, zehirlenme gibi durumlar yaygın olarak görülmektedir.

Ev kazaları tüm yaş gruplarında görülmekle birlikte, özellikle çocuklar açısından önemli bir sorundur. 2017-2018 yılları arasında ev kazalarından ölen çocuklar en fazla beş yaş ve altı olarak rapor edilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2018). Turan ve arkadaşlarının (2010) araştırma sonuçlarına göre 0-6 yaş arası çocuklarda ölümlerle sonuçlanan düşme olaylarının %50-80'i evde meydana gelmektedir. 5-6 yaş arası çocuklar oldukça meraklıdır, sürekli hareket etme istekleri de bulunmaktadır. Ancak kendilerini kazalardan koruyacak gelişimsel yeterliliğe henüz sahip değildirler. Dengelerini sağlayamadıkları ve ani hareket etme eğiliminde oldukları için daha sık ev

kazaları yaşamaktadırlar (Bahadır ve ark., 2011). 5-6 yaş arasında olup da zamanlarının çoğunu evde geçiren çocuklar, ev kazaları yaşama açısından risk altında bulunmaktadır (Runyan ve ark., 2005).

COVID-19 salgınının yayılmasını önlemek için alınan önlemler ve yasaklar göz önünde bulundurulduğunda, ev kazaları yaşama ihtimalleri açısından günümüzde çocuklar daha yoğun risk altında bulunmaktadır. Bu nedenle çocukların ev kazası geçirmemeleri için sorumluluk çoğunlukla ebeveynlere düşmektedir. Ebeveynler ev kazalarını önlemek için önlemler almak zorundadır. Çocukların evde vakit geçiriyor olması ebeveyn-çocuk ilişkisi açısından da önemlidir. Anneler çocuklarıyla daha çok birlikte oldukları ve birlikte vakit geçirdikleri için anne-çocuk ilişkisi de evde güvenlik tedbirleri de çoğunlukla annenin sorumluluğu altında olmaktadır. Bu nedenle yapılan araştırmada hem 5-6 yaş arasında çocuğu bulunan annelerin çocukları ile aralarındaki ilişkinin ve ev kazalarına yönelik aldıkları tedbir düzeylerinin hem de aralarında ilişki olup olmadığının incelenmesi amaçlanmaktadır. Pandemi sürecinde bu kapsamda yapılacak ilk çalışmalardan olması sebebiyle alana önemli katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Araştırmanın beş tane de alt amacı bulunmaktadır. Bunlar:

1.Pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemleri düzeyleri yüksek midir?

2.Pandemi sürecinde ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliğini nasıldır?

3.Annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ile ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında ilişki var mıdır?

4.Annelerin eğitim düzeyleri ile ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında ilişki var mıdır?

5.Annelerin çalışma durumları ile ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında ilişki var mıdır?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırma nicel araştırma deseniyle oluşturulmuştur. Araştırmanın temeli anne-çocuk ilişkisi ile alınan güvenlik tedbir düzeyleri arasında ilişki olup olmadığına dayanmaktadır. Bu nedenle nicel araştırma yöntemlerinden korelasyon araştırması yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda betimsel araştırma tekniklerinin kullanıldığı sonuçlara da yer verilmiştir (Karasar, 2009).

Örnekleme Süreci

Araştırmanın çalışma grubu amaçlı ulaşılabilir örneklem yoluyla belirlenmiştir. Araştırma Ankara ili Çankaya İlçesinde özel iki bağımsız anaokulunda gerçekleştirilmiştir. Öncelikle okul müdürleri ile görüşme yapılmış, araştırmanın amacı ve uygulanma süreci hakkında bilgi verilmiştir. Anaokullarına devam eden, gönüllü olan 5-6 yaş grubunda bulunan çocukların anneleri araştırmaya dahil edilmiştir.

	f	%
Eğitim düzeyi		
Lise	6	7
Üniversite	74	93
Toplam	80	100

Sahip oldukları çocuk sayıları		
1	26	33
2	36	45
3	18	22
Toplam	80	100
Çocuklarının yaşı		
5	45	29
6	35	21
Toplam	80	100
Pandemide çalışma durumu		
Çalışıyor	80	100
Çalışma şekli		
Tam zamanlı	52	65
Esnek zamanlı	28	35
Toplam	80	100

Tablo 1: Annelerin Genel Bilgilerine İlişkin Frekans Değerleri

Araştırmaya 80 anne katılmıştır. Annelerin %7’si lise, %93’ü de üniversite mezunudur. Annelerin %33’ünün 1; %45’inin 2; %22’sinin de 3 çocuğu bulunmaktadır. Araştırmaya katılan annelerin çocuklarının %29’u 5; %21’i de 6 yaşındadır. Annelerin tamamı pandemi sürecinde çalışmayı sürdürmüştür. %65’i tam zamanlı çalışırken %35’i esnek zamanlı çalışmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak “0–6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği” ile “Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği” kullanılmıştır.

0–6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği: Ölçek, Çınar ve Görak (2003) tarafından geliştirilmiştir. 40 maddeden oluşmaktadır ve beşli likert tipinde puanlanmaktadır. Ölçeğin 34 maddesi olumlu, 6 maddesi de olumsuz ifade içermektedir. Olumsuz ifade içeren maddeler 6, 9, 23, 26, 30, 40’ıncı maddeler olup, puanları tersine çevrilerek kullanılmaktadır. Beşli likert ölçek değerlendirmeleri; 1.00-1.80 arası yetersiz, 1.81-2.60 arası alt düzey, 2.61-3.40 arası orta düzey, 3.41-4.20 arası üst düzey ve 4.21-5.00 arası da çok üst düzey şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin Cronbach α iç tutarlılık katsayısı 0,82’dir. Ölçekten alınan yüksek puan ebeveynlerin çocuğunu ev kazalarından korumaya yönelik önlemleri en üst düzeyde aldığını göstermektedir.

Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği: Hetherington ve Clingempeel (1992) tarafından geliştirilen ölçeğin uyarlaması Aytaç, Çen ve Yüceol (2018) tarafından yapılmıştır. Ölçek 15 maddeden oluşmakta ve beşli likert üzerinden değerlendirilmektedir. Ölçek, olumlu ebeveyn çocuk ilişkisi ve olumsuz ebeveyn çocuk ilişkisi olmak üzere iki alt boyuta sahiptir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Anaokulu müdürlerinin öğrenci grupları Whatsapp uygulamasından paylaşabilmesi için kısa bilgilendirme metni hazırlanmıştır. Eş zamanlı olarak okulların girişine araştırma ile ilgili ayrıntılı duyuru metni asılmıştır. Daha sonra veri toplama

araçları Google forms uygulaması kullanılarak çevrimiçi olarak düzenlenmiştir. Çevrimiçi olarak hazırlanmış ölçek formlarının linki sınıf gruplarından paylaşılmıştır. Araştırmaya gönüllü olan anneler katılmıştır. Ölçekler uygulanmadan önce annelerden online onam izni alınmıştır.

Verilerin analizinde öncelikle gruplara Kolmogorov Smirnov homojenlik testi yapılmıştır. Grupların homojen olması sonucunda betimleyici analizler için tanımlayıcı istatistik yöntemleri, annelerin ölçek ortalamaları arasında ilişki olup olmadığını belirleyebilmek için de Pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Etik Onayı

Araştırma için Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 19.02.2021 tarih ve 21/180 sayılı karar numarası ile Etik Kurul Onayı alınmıştır.

Bulgular

Pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemleri düzeyleri 0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Ölçekten elde edilen sonuç Tablo 2'de sunulmuştur:

	Toplam
N	80
Ortalama	4,06

Tablo 2: Annelerin Ev Kazalarının Önlenmesine Yönelik Aldıkları Güvenlik Önlemleri Düzeyleri

Yapılan değerlendirmede annelerin güvenlik önlemleri düzeyleri ortalamaları 4,06 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin puanlamasına göre annelerin verdikleri cevaplar "çoğu zaman" seçeneğinde yoğunlaşmakta ve alınan bu ortalama yüksek kategorisinde yer almaktadır. Araştırmanın alt amaçlarına göre incelendiğinde; pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemleri düzeyleri yüksek olarak belirlenmiştir.

Pandemi sürecinde annelerin çocuklarıyla olan ilişkisi Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Ölçekten elde edilen sonuç Tablo 3'te sunulmuştur:

	Olumlu ebeveyn çocuk ilişkisi	Olumsuz ebeveyn çocuk ilişkisi	Toplam
N	80	80	80
Ortalama	4,13	2,49	3,58

Tablo 3: Annelerin Çocuklarıyla Olan İlişki Düzeyleri

Yapılan değerlendirmede annelerin çocuklarıyla olan ilişki düzeyi ortalaması 3,58 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin puanlamasına göre annelerin verdikleri cevaplar "çok" seçeneğinde yoğunlaşmakta ve alınan bu ortalama yüksek kategorisinde yer almaktadır. Ölçeğin alt boyutları değerlendirildiğinde olumlu ebeveyn çocuk ilişkisi düzeyi ortalamasının 4,13 olduğu, annelerin verdikleri cevapların yine "çok" seçeneğinde

yoğunlaştığı ve ortalamasının da yüksek olduğu belirlenmiştir. Olumsuz ebeveyn çocuk ilişkisi düzeyi ortalamasının 2,49 olduğu, annelerin verdikleri cevapların yine "çok az" seçeneğinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. Ölçeğin analizine göre olumsuz ebeveyn çocuk ilişkisi alt boyutundan alınan puan ortalamasının düşük olması ebeveyn çocuk ilişkisindeki olumsuz ilişki niteliğinin az olması anlamına gelmektedir. Araştırmanın alt amaçlarına göre incelendiğinde; pandemi sürecinde annelerin çocuklarıyla olan ilişki düzeyleri niteliği tüm boyutlarda yüksek olarak belirlenmiştir.

Ölçekler	N	r	p
0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği	80	,041	,716
Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği			

Tablo 4: Annelerin Ev Kazalarının Önlenmesine Yönelik Aldıkları Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Düzeyleri ile Ebeveyn Çocuk İlişkisinin Niteliği Arasındaki İlişki Sonuçları

Annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ile ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasındaki ilişki Pearson Korelasyonu ile ölçülmüştür. Yapılan analiz sonucunda bu değişkenler arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Değişkenler		1	2	3
1.0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği	Pearson Correlation	1	,041	-,099
	Sig. (2-tailed)		,716	,385
	N	80	80	80
2.Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği	Pearson Correlation	,041	1	-,367**
	Sig. (2-tailed)	,716		,001
	N	80	80	80
3.Eğitim düzeyi	Pearson Correlation	-,099	-,367**	1
	Sig. (2-tailed)	,385	,001	
	N	80	80	80

Tablo 5: Annelerin Eğitim Düzeylerine Göre Ölçekler İlişki Sonuçları

Annelerin eğitim düzeyleri ile ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasındaki ilişki Pearson Korelasyonu ile ölçülmüştür. 0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği ile annelerin eğitim düzeyi arasında herhangi bir ilişki bulunmazken, Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği (Ort=3,57, SS=,329) ve annelerin eğitim düzeyi (Ort=1,92, SS=,2650) arasında orta seviyede, negatif ve anlamlı ilişki bulunmuştur ($r(78) = -,367, p = ,001$).

Değişkenler	N	r	p
0-6 Yaş Çocuklarda Annenin Ev Kazalarına Yönelik Güvenlik Önlemlerini Tanımlama Ölçeği	80	,048	,825
Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği			
Çalışma durumu			

Tablo 6: Annelerin Çalışma Durumlarına Göre Ölçekler İlişki Sonuçları

Annelerin çalışma durumları ile ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasındaki ilişki Pearson Korelasyonu ile ölçülmüştür. Yapılan analiz sonucunda bu değişkenler arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Tartışma

Yapılan araştırma ile pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ile ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında ilişki olup olmadığının, ayrıca ilişki varsa bu ilişki düzeyine annelerin eğitim düzeyi ve çalışma durumlarının etkisinin ne düzeyde olduğunun incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Elde edilen bulgular pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemleri düzeylerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Araştırmaya katılan annelerin %93'ünün üniversite mezunu olmasının sonuç üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü yapılan çalışmalar annelerin eğitim düzeylerinin ev kazalarının azaltılması, gerekli tedbirlerin alınması konusunda etkili olduğunu ortaya koymuştur. Erkal ve Şafak (2006) annelerin eğitim düzeylerinin artmasının, ev kazalarının önlenmesinde doğru bilgiye ulaşmaları ve doğru uygulamaları yapmalarında belirleyici olarak kabul etmektedir. Çapık ve Gürol (2014)'ün eğitimin annelerin ev kazalarına yönelik güvenlik tedbirlerini tanımlama düzeylerini inceledikleri araştırmalarında lise mezunu annelere oranla üniversite eğitimine sahip annelerin sonuçlarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Yapılan diğer araştırma sonuçlarında da annelerin eğitim düzeyinin, ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeylerinin yüksek olmasında etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Erdem ve ark., 2017; Üçüncü ve ark., 2019; Yorulmaz ve Hisar, 2020). Elde edilen bulgunun, önce yapılan araştırma sonuçlarıyla tutarlılık göstermesinin yanı sıra yaşanan pandemi sürecinin de sonuç üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Evlerde daha fazla vakit geçirilmesinin de etkisiyle COVID-19 kapsamında alınan sağlık önlemleri ile güvenlik ve riskli durumların giderilmesi konusunda da farkındalık kazanılmış olabilir. 5-6 yaş çocuklarının sürekli hareket halinde olması da annelerin güvenlik önlemleri almaları konusunda etkili olmuş olabilir.

Pandemi sürecinde annelerin çocuklarıyla olan ilişki düzeyleri niteliği tüm boyutlarda yüksek olarak belirlenmiştir. Elde edilen sonucun oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü pandemi nedeniyle sürekli evlerde vakit geçirme ve sosyal hayatta uzaklaşma, aynı zamanda araştırmaya katılan annelerin tamamının çalışıyor olması ve %35'inin esnek çalışma nedeniyle vaktinin çoğunu evde geçiriyor olmasının çocuklarıyla olan ilişkisini olumsuz yönde de etkileme ihtimalini düşündürmektedir. Yapılan araştırmalar pandemi sürecinde ebeveyn stres düzeyinin arttığını ve stresin çocuklara kötü muamele olarak yansyabileceği riski bulunduğunu ortaya koymaktadır (Conrad-Hiebner ve Byram, 2020; Schenck-Fontaine ve Gassman-Pines, 2020). Bu

nedenle elde edilen sonucun çocukların hem ruh hem de beden sağlığının korunması açısından oldukça anlamlı olduğu düşünülmektedir. Annelerin eğitim düzeyleri, yaşları ve sosyoekonomik düzeylerinin çocuklarıyla olan ilişkileri üzerinde etkili olduğu yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur (Hadeed, 2005; Gutman, 2010; Russell ve Thornton, 2009). Ancak yaş, ekonomik durum ya da eğitim durumundan ziyade annelerin bilgi ve farkındalık düzeylerinin çocuklarıyla olan ilişkilerinde daha önemli olduğunu ileri süren araştırmalar da bulunmaktadır (Hadeed, 2005; Franz ve McKinney, 2018). Anne-çocuk ilişkisinin niteliğinin, çocukların gelecekte nasıl bir birey olacakları üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, çalışma grubunda bulunan annelerin olumlu ebeveynlik düzeyinin yüksek olması önemli bir bulgudur. Çünkü olumsuz ebeveyn-çocuk ilişkileri genellikle ergenlik döneminde farklı çatışma sorunlarının yaşanmasına sebep olmaktadır (Franz ve McKinney, 2018). Ebeveyn-Çocuk İlişkisi Ölçeği ve annelerin eğitim düzeyi arasında orta seviyede, negatif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Literatür incelendiğinde annelerin eğitim düzeyinin çocuklarıyla ilişkisi üzerinde etkileri olduğunu ortaya koyan çalışmaların bulunduğu görülmüştür (Epstein, 2008; Kağıtçıbaşı ve ark., 2009). 5-6 yaş dönemi çocukların gelişimi açısından önemlidir. Zhang ve Chen (2010) araştırmalarında anne-çocuk ilişkisinin okulöncesi dönem çocuklarının sosyal gelişimleri üzerinde oldukça etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Özellikle pandemi sürecinin getirisi olan sağlık tehdidi, gelecek beklentisi, gelecek belirsizliği gibi birçok olumsuz durumun annelerin kaygı ve stres düzeyleri üzerinde etkisi bulunabilmektedir. Chung, Lanier ve Ju (2020)'ya göre de COVID-19 salgını, aile sisteminin dışından kaynaklanan bir stres kaynağıdır, ancak bu hastalığa ilişkin yenilik ve belirsizlik göz önüne alındığında, birçok ebeveyn ve çocuk için önemli bir stres unsuru olarak algılanması muhtemeldir. COVID-19, toplumu tehdit eden tek küresel halk sağlığı sorunu olmasa da günümüzün çocukları ve aileleri üzerinde muhtemelen uzun vadeli olumsuz etkileri olacaktır. Yapılan araştırma sonucunda annelerin çocuklarıyla ilişkisinin yüksek düzeyde olarak tespit edilmiş olması, muhtemel uzun vadeli olumsuz etkilerin çalışma yapılan gruptaki anneler ve çocukları için olmayabileceği ya da daha az düzeyde olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ile ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında ilişki bulunamamıştır. Her iki ölçekten ayrı ayrı elde edilen sonuçlar yüksek olmasına karşın ikisi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Elde edilen sonuçlar, araştırmaya katılan 80 annenin sonuçları ile sınırlıdır. Çalışma grubunun homojen olması sonuç üzerinde etkili olmuş olabilir. Annelerin çalışma durumları ile ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında da anlamlı ilişki bulunamamıştır. Araştırmaya katılan annelerin tamamının çalışıyor olması, yani grubun homojen olmasının sonuç üzerinde etkisi bulunabilir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda pandemi sürecinde annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemleri düzeylerinin yüksek olduğu; pandemi sürecinde annelerin çocuklarıyla olan ilişki düzeyleri niteliği tüm boyutlarda yüksek olduğu; annelerin ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ile ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı; annelerin eğitim düzeyi ile anne-çocuk ilişkisi arasında orta seviyede, negatif ve anlamlı bir ilişki olduğu; annelerin çalışma durumları ile ev kazalarının önlenmesine yönelik aldıkları güvenlik önlemlerini tanımlama düzeyleri ve ebeveyn çocuk ilişkisinin niteliği arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular örneklem grubunda bulunan annelerin sonuçları ile sınırlıdır. Bu nedenle daha fazla annenin katıldığı başka araştırmalar hazırlanabilir, grupların

homojen olmadığı araştırmalar yapılabilir, annelerin ölçek sonuçları ile çocuklarının düşüncelerinin karşılaştırıldığı araştırmalar hazırlanabilir, annelerden daha detaylı bilgi alınmasını sağlayacak nitel çalışmalar hazırlanabilir.

KAYNAKÇA

- ALTUNTAŞ, M., KAYA, M., DEMİR, S., OYMAN, G., METECAN, A., & RASTGEL, H. (2013). 0-14 yaş arası çocuklarda önlenebilir nitelikteki kazaların belirlenmesi ve ilişkili tedbirlerin alınması. *Smyrna Tıp Dergisi*, 1, 28-33.
- AYTAÇ, A. B., ÇEN, S., & YÜCEOL, G. P. (2018). Ebeveyn-çocuk ilişkisi ölçeği geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 25(3), 209-221.
- BAHADIR, G. B., ORAL, A., & GÜVEN, A. (2011). Çocukluk çağı travmaları ve önlenmesinde koruyucu hekimliğin rolü. *TAF Prev Med Bull*, 10, 243-50.
- BATE, J., & MALBERG, N. (2020). Containing the anxieties of children, parents and families from a distance during the coronavirus pandemic. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 1-10. <https://doi.org/10.1007/s10879-020-09466-4>
- BAVA, S., COFFEY, E. P., WEINGARTEN, K., & BECKER, C. (2010). Lessons in collaboration, four years post-Katrina. *Family Process*, 49(4), 543-558. <https://doi.org/10.1111/j.1545-5300.2010.01339.x>
- BOKSZCANIN, A. (2008). Parental support, family conflict, and overprotectiveness: Predicting PTSD symptom levels of adolescents 28 months after a natural disaster. *Anxiety, Stress, and Coping*, 21(4), 325-335. <https://doi.org/10.1080/10615800801950584>
- BONANNO, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *American Psychologist*, 59, 20-28. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.59.1.20>
- BONANNO, G. A., GALEA, S., BUCCIARELLI, A., & VLAHOV, D. (2007). What predicts psychological resilience after disaster? The role of demographics, resources, and life stress. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 75, 671-682. <https://doi.org/10.1037/0022-006X.75.5.671>
- BROCK, R. L., & LAIFER, L. M. (2020). Family science in the context of the COVID-19 pandemic: Solutions and new directions. *Family Process*, 59(3), 1007-1017. <https://doi.org/10.1111/famp.12582>
- COBHAM, V. E., & MCDERMOTT, B. (2014). Perceived parenting change and child posttraumatic stress following a natural disaster. *Journal of Child and Adolescent Psychopharmacology*, 24(1), 18-23. <https://doi.org/10.1089/cap.2013.0051>
- CONRAD-HIEBNER, A., & BYRAM, E. (2020). The temporal impact of economic insecurity on child maltreatment: A systematic review. *Trauma, Violence, & Abuse*, 21(1), 157-178. <https://doi.org/10.1177/1524838018756122>.
- ÇAPIK, C., & GÜROL, A. P. (2014). Effect of education on mothers' capability of identification of safety precautions of home accidents. *Kafkas Journal of Medical Sciences*, (3), 87-94.
- ÇINAR, N., & GÖRAK, G. (2003). 0-6 yaş çocuklarda annenin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerini tanılama ölçeğinin geliştirilmesi, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Çocuk Formu*, 6(1), 22-27.
- EPSTEIN, I. (2008). *The Greenwood Encyclopedia of children's issues worldwide*. Greenwood Publishing Group.
- ERDEM, S. S., BOLU, F. & MAYDA, A. S. (2017). Annelerin ev kazalarına yönelik güvenlik önlemlerinin tanımlanması. *Konuralp Medical Journal/Konuralp Tıp Dergisi*, 9(2), 40-46.

ERKAL, S., & ŞAFAK, Ş. (2006). Determination of risks of home accidents for the 0–6 age group in the Tuzluca Village Clinic neighborhood. *Turk J Pediatr*, 48, 56–62.

FINKENAUER, C., WILLEMS, Y. E., WEISE, M. & BARTELS, M. (2019). *The social context of adolescent relationships*. In T. Burns & F. Gottschalk (Eds.), *Educating 21st century children: Emotional well-being in the digital age*. OECD.

FRANZ, A. O., & MCKINNEY, C. (2018). Parental and child psychopathology: moderated mediation by gender and parent–child relationship quality. *Child Psychiatry & Human Development*, 49(6), 843–852.

GUTMAN, L. M., & FEINSTEIN, L. (2010). Parenting behaviours and children's development from infancy to early childhood: changes, continuities and contributions. *Early Child Development and Care*, 180(4), 535–556.

HADEED, J. (2005). *Poverty begins at home: The mother-child education programme (MOCEP) in the Kingdom of Bahrain*. Peter Lang.

HARVILLE, E. W., TAYLOR, C. A., TESFAI, H., XIONG, X., & BUEKENS, P. (2011). Experience of hurricane Katrina and reported intimate partner violence. *Journal of Interpersonal Violence*, 26(4), 833–845. <https://doi.org/10.1177/0886260510365861>

HETHERINGTON, E. M., & CLINGEMPEEL, W. G. (1992). I. Coping with marital transitions: A family systems perspective. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 57, 1–207.

KAĞITÇIBAŞI, C., SUNAR, D., BEKMAN, S., BAYDAR, N., & CEMALCILAR, Z. (2009). Continuing effects of early enrichment in adult life: The Turkish Early Enrichment Project 22 years later. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(6), 764–779.

KARASAR, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.

KATZ, L. F., & GOTTMAN, J. M. (1996). *Spillover effects of marital conflict: In search of parenting coparenting mechanisms*. In: McHale JP, Cowan PA (eds) *Understanding how family-level dynamics affect children's development: studies of two-parent families*. San Francisco: JosseyBass.

KOSTELNIK, M., SODERMAN, A. K., & WHIREN, A. P. (2004). *Developmentally appropriate curriculum best practices in early childhood education*. New Jersey: Pearson Education Inc.

LAZZERINI, M., BARBI, E., & APICELLA, A. (2020). Delayed access or provision of care in Italy resulting from fear of COVID-19. *Lancet Child Adolesc Health*, 4, 10–11.

MASTEN, A. S., & MOTTI-STEFANIDI, F. (2020). Multisystem resilience for children and youth in disaster: Reflections in the context of COVID-19. *Adversity and Resilience Science*, 1, 95–106. <https://doi.org/10.1007/s42844-020-00010-w>

MASTEN, A. S., HUBBARD, J. J., GEST, S. D., TELLEGEN, A., GARMEZY, N., & RAMIREZ, M. (1999). Competence in the context of adversity: Pathways to resilience and maladaptation from childhood to late adolescence. *Development and Psychopathology*, 11(1), 143–169. <https://doi.org/10.1017/S0954579499001996>

MCDERMOTT, B. M., & COBHAM, V. E. (2012). Family functioning in the aftermath of a natural disaster. *BMC Psychiatry*, 12, 1-7. <https://doi.org/10.1186/1471-244X-12-55>

NELSON, J. A., O'BRIEN, M., BLANKSON, A. N., CALKINS, S. D., & KEANE, S. P. (2009) Family stress and parental responses to children's negative emotions: Tests of the spillover, crossover, and compensatory hypotheses. *J Fam Psychol* 23(5), 671–679. <https://doi.org/10.1037/a0015977>

NORTH, C. S. (2016). Disaster mental health epidemiology: methodological review and interpretation of research findings. *Psychiatry Interpers Biol Processes* 79, 130–146.

PARK, C. L., RUSSELL, B. S., FENDRICH, M., FINKELSTEIN-FOX, L., HUTCHISON, M., & BECKER, J. (2020). Americans' Covid-19 stress, coping, and adherence to CDC

guidelines. *J Gen Int Med*, 35(8), 2296-2303. <https://doi.org/10.1007/s11606-020-05898-9>

PRIME, H., BROWNE, D. T., & WADE, M. (2020). Risk and resilience in family well-being during the COVID-19 pandemic. *The American Psychologist*, 75(5), 631-643. <https://doi.org/10.1037/amp00006660>

RUNYAN, C. W., CASTEEL, C. & PERKIS, D. (2005). Unintentional injuries in the home in the United States: Part I: Mortality. *Am J Prev Med*, 28, 73-79.

RUSSELL, H., & THORNTON, M. (2009). *Parental employment and child outcomes at 9 years. National longitudinal study of children.* <https://www.growingup.ie/pubs/Session-F.-Impact-of-Parental-Employment-Patterns-on-Childrens-Wellbeing.pdf> Retrieved on January 29, 2021

SCHENCK-FONTAINE, A., GASSMAN-PINES, A., GIBSON-DAVIS, C. M., & ANANAT, E. O. (2017). Local job losses and child maltreatment: The importance of community context. *Social Service Review*, 91(2), 233-263. <https://doi.org/10.1086/692075>.

TURAN, T., ALTUNDAĞ DÜNDAR, S., YORGANCI, M., & YILDIRIM, Z. (2010). 0-6 yaş grubu çocuklarda ev kazalarının önlenmesi. *Ulus Travma Acil Cerrahi Dergisi*, 16, 552-557.

TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU. (2018). *İstatistiklerle çocuk 2018.* <https://biruni.tuik.gov.tr/yayin/views/visitorPages/index.zul>. Erişim Tarihi 12.04.2020

ÜÇÜNCÜ, M., ÜÇÜNCÜ, M., & TOPRAK, D. (2019). 0-6 yaş grubu çocuğu olan annelerin ev kazaları ve korunma yolları konusundaki bilgi, tutum ve davranışları ile sosyodemografik özelliklerin buna etkisi. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 82(4), 219-228.

VINER, R. M., RUSSELL, S. J. & CROKER, H. (2020). School closure and management practices during coronavirus outbreaks including COVID-19: a rapid systematic review. *Lancet Child Adolesc Health*, 4, 397-404.

WALSH, F. (2020). Loss and resilience in the time of COVID-19: Meaning making, hope, and transcendence. *Family Process*, 59(3), 898-911. <https://doi.org/10.1111/famp.12588>

YAVUZER, H. (2010). *Ana-baba ve çocuk.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

YORULMAZ, D., & HISAR, F. (2020). Kırsal bölgede 0-6 yaş çocuğu olan annelerin ev kazalarına yönelik aldıkları güvenlik önlemleri. *Sağlık ve Toplum*, 20(3), 103-109.

ZHANG, X., & CHEN, H. (2010). Reciprocal Influences between parents' perceptions of mother- child and father - child relationships: A short - term longitudinal study in Chinese preschoolers. *The Journal Of Genetic Psychology*, 171, 22-23.

Summary

The COVID-19 pandemic is recognized as a serious disease that has caused massive changes in the lives of many people around the world. The pandemic process especially affected families with children more, and situations such as disruption of children's order and not meeting their developmental demands appropriately have been effective on this issue. It has been determined that the most important protective factor against the development of psychological reactions such as stress and anxiety disorders in children after negative life events is parental support.

Stress factors related to COVID-19 are basically; fear of getting sick, disruptions in working and learning life, inability to meet daily personal care needs, lack of access to reliable information and resources. Studies conducted during the pandemic process show that these stress factors increase in parents and caregivers. However, little is known about how this increased stress will affect child-parent relationships.

Although home accidents occur in all age groups, they are an important problem especially for children. children dying from home accidents between the years 2017-2018 were reported as five years and a maximum of six. According to the research results of Turan, 50-80% of fall incidents resulting in death in children aged 0-6 occur at home. Children between the ages of 5-6 are very curious, they also have a desire to move constantly.

Considering the measures and prohibitions taken to prevent the spread of the COVID-19 epidemic, children are now at greater risk in terms of the possibility of home accidents. For this reason, it is mostly the responsibility of parents to ensure that children do not suffer from home accidents. Parents must take measures to prevent home accidents. The fact that children spend time at home is also important in terms of parent-child relationship. Since mothers are mostly with their children and spend time together, the mother-child relationship and home security measures are mostly under the responsibility of the mother. For this reason, in the study, it is aimed to examine the relationship between the children of mothers with children between the ages of 5-6 and the level of measures they take for home accidents and whether there is a relationship between them.

The research was created with a quantitative research design and was carried out using the correlation research method, one of the quantitative research methods. At the same time, results using descriptive research techniques are also included. In the study, the "Scale for Mother's Identification of Safety Measures Against Home Accidents for Children of 0-6 Years Age Group" and the "Parent-Child Relationship Scale" were used as data collection tools. 80 mothers participated in the study. 7% of the mothers are high school graduates and 93% are university graduates. 33% of mothers have 1; 45% of the 2; 22% of them also have 3 children. 29% of the children of the mothers participating in the research are 5; 21% of them are 6 years old. All mothers continued to work during the pandemic process. 65% of them worked full time while 35% worked flexibly.

In analyzing the data, Kolmogorov Smirnov homogeneity test was applied to the groups first. As a result of the homogeneity of the groups, descriptive statistical methods for descriptive analysis, and Pearson correlation analysis to determine whether there is a relationship between the mean scale of the mothers.

During the pandemic process, the security measures taken by mothers to prevent home accidents were determined to be high. Relationship levels of mothers with their children during the pandemic process were also determined to be high. There was no significant relationship between the level of defining the safety measures taken by mothers to prevent home accidents and the quality of the parent-child relationship. It was found that there is a medium, negative, and significant relationship between the education level of the mothers and the mother-child relationship. It was determined that there was no significant relationship between the working status of mothers and the level of defining the safety measures they took to prevent home accidents and the quality of the parent-child relationship.

While COVID-19 is not the only global public health problem threatening society, it will likely have long-term negative impacts on today's children and families. As a result of the research, it can be stated that the relationship of mothers with their children and the safety importance they take were determined at a high level, that the possible long-term negative effects may not be or may be at a lower level for the mothers and their children in the study group.

Ergenlik Döneminde Algılanan Ebeveyn Kabul Reddi, Duygu Dışavurum ve Psikolojik Sağlamlık Arasındaki İlişki*

Reyhan ÖZER**, Melis Seray ÖZDEN YILDIRIM***

Öz

Bu araştırmanın amacı, ergenlik döneminde algılanan ebeveyn kabul reddi, duygu dışavurum ve psikolojik sağlamlık arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırmaya 14-17 yaş arasında 259 kız ve 129 erkek olmak üzere toplam 388 ergen katılmıştır. Sonuçlardan bazıları şu şekildedir; Psikolojik sağlamlık düzeyleri ile ebeveyn kabul red ölçeğinin baba formunun alt boyutları olan algılanan sıcaklık ile pozitif yönde orta düzeyde; babadan algılanan düşmanlık, kayıtsızlık/ ihmâl ve ayrılmamış red düzeyleri ile negatif yönde orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur. Duygu dışavurum düzeyleri ile ebeveyn kabul red ölçeğinin alt boyutu olan anneden ve babadan algılanan sıcaklık düzeyleri ile arasında negatif yönde, güçlü ilişki bulunmuştur. Psikolojik sağlamlık düzeyleri ile duygu dışavurum düzeyleri arasında negatif yönde, orta düzeyde bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sağlamlık, Duygu Dışavurum, Algılanan Ebeveyn Kabul Red, Ergen, Ergenlik Dönemi

The Relationship between Perceived Parental Acceptance Rejection, Emotional Expression and Psychological Resilience in Adolescents

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between perceived parental acceptance-rejection, emotional expression and psychological resilience of adolescence. 259 girls and 129 boys, total 388 adolescents between 14-17 years old have participated the survey. Some of these results are as follows; A mid-level positive correlation was found between resilience levels and warmth levels, which are the sub-dimensions of the father form of perceived parental acceptance rejection scale and a mid-level reverse correlation was found between the levels of psychological resilience and paternal hostility, paternal indifference/negligence, and paternal undifferentiated rejection levels. A reverse, strong correlation was found between the emotional



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 16.06.2021

Kabul/Accepted: 06.01.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.797552>

* Bu çalışma, Doç. Dr. Melis Seray ÖZDEN YILDIRIM'ın danışmanlığında Reyhan ÖZER tarafından hazırlanan İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2019 yılında kabul edilen "Ergenlik döneminde algılanan ebeveyn kabul reddi, duygu dışavurum ve psikolojik sağlamlık arasındaki ilişkinin incelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Uzm. Kl. Psk., İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji (Tezli) Yüksek Lisans Programı, İstanbul, Türkiye. E-posta: reyhanozer93@gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6414-2791>

*** Doç. Dr., İstanbul Kültür Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: m.ozden@iku.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-0283-4522>

expression total levels and the maternal and paternal warmth levels, which is the subdimension of the parental acceptance rejection scale. A reverse, mid-level correlation was found between psychological resilience levels and emotional expression levels.

Keywords: Psychological Resilience, Emotional Expression, Perceived Parental Acceptance Rejection, Adolescent, Puberty Period

Giriş

Ergenlik dönemi psikolojik, sosyal ve fiziksel yönden gelişimin olduğu, 12- 22 yaşlar arasına denk gelen ve kimliğin kazanımı ile biten bir süreçtir (Alisanoğlu, 2002). Bu dönemde gençler, kendileri ile ilgili kararları bağımsız bir şekilde almayı istemekte bunun için çaba gösterip (Özdemir ve Çok, 2011), hedeflerini belirleyerek gerçekleştirme çalışmaktadır (Alparslan, 2012). Ergenlik döneminin başlangıç ve bitiş yaşı ile ilgili kesin zaman belirtmek oldukça güçtür (Alisanoğlu, 2002).

Ergenlik dönemindeki birey; fiziksel, psikolojik, sosyo kültürel ve çevresel olmak üzere birçok alanda değişim yaşamaktadır ve bu değişimin anne babalar tarafından iyi anlaşılması ergenin çevresi ile uyumunu da olumlu bir şekilde etkilemektedir (Abalı, 2018). Ergenlik dönemine giriş ile birlikte aile içi ilişkiler değişim göstermekte ve ebeveynler çocukları ile yeni bir evreye geçmektedir (Aybak ve İpek, 2021).

Aile, ergenlik dönemi gibi kritik bir gelişim sürecinde bireyin davranışlarının ve kişiliğinin gelişmesinde sosyo ekonomik ve kültürel yönler ile katkıda bulunan ve bu dönemin başarılı bir şekilde tamamlanmasında rol oynayan bir kurumdur (Kocayörük, 2010). Ebeveyn ve çocuk arasında kurulan ilişki çocuğun psiko- sosyal gelişimi için oldukça önemli olduğundan çocuğun ebeveynleri ile kurduğu ilişkinin incelenmesi de oldukça önemlidir (Öngider, 2013).

Ebeveyn Kabul Red Kuramı (EKAR, Parental Acceptance and Rejection Theory-PARTehory), çocuk ile ebeveynler arasında ilişkinin incelendiği ve Rohner'ın (1976-1988) ortaya koyduğu, çocukluk döneminde anne- baba tarafından kabul edilme ya da red edilmenin çocuğun genel uyumuna olan etkilerini inceleyen "sosyalizasyon" kuramıdır (Rohner, 1976- 1988; akt. Öngider, 2013).

Ebeveyn Kabul ve Red Kuramının amacı; çocukların ebeveynleri tarafından kabul edilmesinin ve reddedilmesinin nedenlerini, sonuçlarını ve kabul/ red ile ilişkili olabilecek diğer değişkenleri ön görmek ve açıklamaktır (Koç ve Kaygusuz, 2016). Kuramda ebeveynliğin sıcaklık boyutu sayı doğrusu şeklinde düşünülmektedir. Doğrudaki bir uç ebeveynliğin sıcaklık (olumlu uç) boyutunu gösterirken diğer uç ise red boyutunu (olumsuz uç) göstermektedir (Rohner, 1986).

Ebeveyn kabulü, anne baba tarafından çocuğa gösterilen sıcaklık ve sevgi ile ifade edilirken ebeveyn reddi ise anne baba tarafından çocuğa sevginin gösterilmediği, düşmanca ve saldırgan davranışlar ile yaklaşıldığı, çocuğun ihmal edildiği davranışlar ile karakterize edilmektedir (Rohner, 1980).

Olumlu anne-çocuk ilişkisi, aileyle birlikte yaşamını sürdürme, iyi eğitilmiş ebeveynlere sahip olma birey için koruyucu ailesel faktörler arasındadır (Öz ve Yılmaz, 2009). Ailesel faktörlerin psikolojik sağlık üzerinde önemli bir etkisi olduğu söylenebilir.

Araştırmanın diğer değişkeni olan psikolojik sağlık; bireyin hayatında karşılaştığı, kendisi için risk oluşturabilecek sıkıntı yaratan yaşam olayları ve önemli değişimler karşısında bireyin başarılı bir şekilde başa edebilme becerisi olarak tanımlanmıştır (Lee ve Cranford, 2008). Masten' a (2001) göre psikolojik sağlık, bireyin ciddi tehditlere karşı başarılı bir adapte olma sürecini ifade etmektedir. Doğan'a

(2015) göre psikolojik sağlamlık ise bireyin hayatında karşılaştığı olumsuz durumların üzerinden başarılı bir şekilde gelmesi ve olumsuzlukların sonucunda değişen yeni duruma uyum sağlayabilme yeteneğidir.

Kişiler hayatı boyunca hem travmatik deneyimlere maruz kalabilmekte hem de kendisi için olumlu deneyimler yaşayabilmektedir. Bu deneyimler kişilerin işlevselliğinde geçici ve küçük aksaklıklara yol açabilmektedir (Bonnono, 2004). Connor ve Davidson' a (2003) göre bireyin stres faktörü ile başa çıkma becerisinde önemli bir ölçüt olan psikolojik sağlamlık; bireyin depresyon, kaygı ve stres reaksiyonlarında, tedavi sürecinde önemli rol oynayabilmektedir (Connor ve Davidson, 2003). Alan yazın incelendiğinde, ailesel risk faktörlerinin ve koruyucu faktörlerin, psikolojik sağlamlığın oluşmasına ve gelişmesinde etkili olduğu görülmüştür.

1. Birey için oldukça önemli olan bu gelişim sürecinde; ailenin bireye sergilediği davranışlar kadar bireyin ailesinin sergilediği bu davranışları nasıl algıladığı ve yorumladığı da oldukça önemli bir konudur. Duygu dışavurum kavramı, bireyin kendisine yakın gördüğü kişilerin sergilediği tutum, davranış ve duyguları nasıl algıladıkları ile ilişkili bir kavramdır. Duygu dışavurumu, bireyin psikolojik iyilik hali için oldukça kritiktir (Peris ve Miklowitz, 2015) ve ergenlik döneminde kötü prognoz ile ilişkilendirilmektedir (McCleary ve Sanford, 2002).

Duygu dışavurumu, ailedeki bireylerin ruh sağlıkları ile önemli derecede ilişkili olmasından dolayı evdeki duygusal iklimin göstergesi olarak kabul edilmektedir (Asarnow vd., 1994; akt. Vural vd., 2013).

Duygu dışavurumu aile ve yakınlarının bireye karşı sergilediği duygusal tutumlarını ve davranışlarını içermektedir (Barrowclough ve Hooley, 2003). Duygu dışavurumu hastaya yönelik aile yakınlarının yaptığı eleştirel yorumların sayısını, düşmanca tutumların var olup olmasını, yoğun duygusal koruyuculuğu, müdahale düzeyini içeren iletişim tarzları ile karakterize edilir ve ev içindeki stresin bir göstergesidir (Brown vd., 1972).

Düşük duygu dışavurum düzeyine sahip olan bireylerin yakınları bireyin ihtiyaçlarına karşı duyarlı ve toleranslıyken yüksek duygu dışavurum düzeyine sahip olan bireylerin yakınları ise bireye karşı hoşgörüsüz, müdahaleci olabilmektedir (Leff ve Woughn, 1985).

Bu araştırmada; fiziksel, bilişsel, sosyal ve duygusal alanda gelişim ve değişimin yaşandığı, kritik bir gelişim süreci olan ergenlik döneminde; ergenin olumsuz durumların üstesinden başarılı bir şekilde gelmesi ve bunun sonucunda değişmiş olan yeni duruma uyum sağlayabilme sürecinde ebeveynlerinin sergilediği davranışların ne derece önemli olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle bu konuda farkındalık kazandırmak, risk altında olduğu düşünülen ergeni, öğretmen- aile iş birliği ile destekleyecek programların geliştirilebilmesi için teorik bir başlangıç noktası oluşturmak amacı ile literatüre katkı sağlanacağı düşünülmüştür.

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu araştırmada, 14-17 yaş arası ergenlerin ebeveynlerinden algıladığı kabul red düzeyleri, duygu dışavurum düzeyleri ile psikolojik sağlamlık düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu ilişkiyi etkileyebilecek cinsiyet, yaş, anne baba çalışma durumu gibi demografik değişkenlere göre oluşan farklılaşmalar ele alınmış olup araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni İstanbul'un Silivri ilçesinde bulunan liselerde eğitim-öğrenim gören 14-17 yaş arası öğrencilerden oluşmaktadır.

Araştırmanın örneklemini, Silivri ilçesinde bulunan liselerde eğitim gören 14-17 yaş arası rastgele seçilmiş, 259 kız ve 129 erkek olmak üzere toplam 388 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan ergenlerin %66,8'i kız, %33,2'si ise erkektir. Katılımcılardan %5,4'ü 14 yaş, %25,8'i 15 yaş, %41,2'si 16 yaş ve %27,6'sı 17 yaşındadır.

Veri Toplama Aracı Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacının bağımsız değişkenler ile ilgili veriler elde etmek için geliştirdiği formda yaş, cinsiyet, anne baba eğitim durumu, aylık gelir düzeyi gibi bilgiler yer almaktadır.

Ergenlerde Kısaltılmış Duygu Dışavurum Ölçeği

Nelis ve arkadaşları tarafından (2011) geliştirilen ve 33 maddeden oluşan ölçek ergenin son üç ayda hayatındaki en etkili kişiden algılanan duygu dışavurumunu ölçmektedir.

Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışmasını Vural ve arkadaşları (2013) yapmıştır. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0.90 ve güvenilirliği test-tekrar test sonucu 0.81 olarak belirtilmiştir (Vural ve vd., 2013).

Faktör analizi, ölçeğin üç alt boyutunun olduğunu göstermiştir. Birinci faktör "Duygusal Destek Yokluğu", ikinci faktör "Sinirlilik" ve üçüncü faktör "Müdahalecilik" başlıkları altında ele alınmaktadır.

Ölçekten alınan yüksek puan, yüksek düzeyde duygu dışavurumunu ifade eder. KDDD ve alt ölçeklerinin yeterli düzeyde güvenilir bir ölçek olduğu kabul edilmektedir (Vural ve vd., 2013).

Duygu Dışavurum ölçeğinin güvenilirlik katsayısı yapılan bu çalışmada .92, duygu dışavurum ölçeğinin alt boyutları olan duygusal destek yokluğu .92, sinirlilik .90, müdahalecilik .67 bulunmuştur.

Çocuk ve Genç Psikolojik Sağlık Ölçeği (ÇGPSÖ-12)

Ölçek Ungar, Liebenberg ve LeBlanc (2013) tarafından 12 maddeden oluşan kısa formu geliştirilmiştir (Liebenberg vd., 2013). Çocuk ve genç psikolojik sağlık ölçeğinin faktör yük değerleri .39 ile .88 arasında ve iç tutarlılık katsayısı .84 olduğu belirtilmiştir.

Ölçeğin Türkçe adaptasyonu ve güvenilirlik-geçerlilik çalışmasını Arslan (2015) tarafından yapılmıştır. Ölçekten alınan minimum puan 12, maksimum puan 60'tır. Yüksek puan değerleri, yüksek psikolojik sağlık düzeyini ifade etmektedir.

Güvenirlilik çalışmasında ölçeğin iç tutarlılık katsayısı hesaplanmış ve Cronbach Alfa değeri .91 olduğu belirtilmiştir (Arslan, 2015).

Psikolojik sağlık ölçeğinin güvenilirlik katsayısı yapılan bu çalışmada .83 bulunmuştur.

Ebeveyn Kabul/Red Ölçeği (EKRÖ)

Ebeveyn Kabul-red Ölçeği (EKRÖ), Rohner ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Çocuk/Ergen ve yetişkinler için iki ayrı formu olan ölçeklerin her biri 60

sorudur. Ölçeğin kısa formu 24 sorudan oluşmaktadır. Ölçekten alınabilen en düşük puan değeri 24 olup algılanan maksimum sevgiyi ve kabulü ifade ederken; alınabilen en yüksek puan değeri 96 olup en yüksek reddedilme algısını ifade etmektedir. Çocuk/Ergen EKRÖ kısa formunun güvenilirlik çalışması Yılmaz (2007) tarafından yapılmıştır. Sonuçlara göre Sıcaklık/Duygulanım, Düşmanlık/Saldırganlık, Umursamazlık/İhmal ve Ayrışmamış Red Alt Ölçekleri anne versiyonunun Cronbach Alfa değerleri sırasıyla .88, .69, .66 ve .53; 52 baba versiyonunun Cronbach Alfa değerleri sırasıyla .88, .66, .70 ve .65'dir. Anne versiyonunun madde toplam puan korelasyonu .20 (11 madde) ile .72 (22 madde) aralığındadır. Ortalama değeri .57 ve Cronbach Alfa katsayısı .89 olarak bulunmuştur. Baba versiyonunun madde toplam puan korelasyonu .24 (4 madde) ile .71 (24 madde) aralığındadır. Ortalama değeri .59 ve Cronbach Alfa katsayısı .90 olarak bulunmuştur.

Yapılan bu araştırmada, Ebeveyn kabul red ölçeğinin anne versiyonunun Cronbach Alfa katsayısı .44 bulunurken: baba versiyonu .50 bulunmuştur. Ebeveyn kabul red ölçeğinin alt boyutları olan sıcaklık, düşmanlık, Umursamazlık/İhmal ve Ayrışmamış Red Alt Ölçekleri anne versiyonunun Cronbach Alfa değerleri sırasıyla .87, .66, .69 ve .70 bulurken; baba versiyonunun Cronbach Alfa değerleri sırasıyla .90, .72, .82 ve .77' dir.

Verilerin Analizi

Tanımlayıcı veriler için ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler ile kategorik veriler frekans ve yüzde değerleriyle birlikte verilmiştir. Sürekli veriler için normal dağılıma uygunluk Kolmogrov Simirnov analizi ile çarpıklık ve basıklık değerleri değerlendirilmiştir. Bunun sonucunda veri dağılımının, normal dağılım göstermediği görülmüştür ($p < 0,05$). Gruplar arası karşılaştırmalarda Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Ölçek puanlarının beraber değişiminin değerlendirilmesinde Spearman's Korelasyon testi yapılmış ve korelasyon katsayısının yorumunda 0,0 - 0,24 zayıf, 0,25 - 0,49 orta, 0,50 - 0,74 güçlü, 0,75 - 1,00 çok güçlü korelasyon ilişkisi olarak kabul edilmiştir.

İstatistiksel anlamlılık için %95 güven aralığında, 0,05'in altındaki p değeri anlamlı kabul edilmiştir.

Sonuçlar

		Anne Sıcaklık	Anne Düşmanlık	Anne Kayıtsızlık/İhmal	Anne Ayrışmamış Red	Anne Toplam Puan
PS	r	,458**	-,398**	-,419**	-,303**	-,126*
	p	,000	,000	,000	,000	,013
	n	388	388	388	388	388
		Baba Sıcaklık	Baba Düşmanlık	Baba Kayıtsızlık/İhmal	Baba Ayrışmamış Red	Baba Toplam Puan
PS	r	,458**	-,374**	-,455**	-,273**	-,120*
	p	,000	,000	,000	,000	,018
	n	388	388	388	388	388

Tablo 1: Psikolojik Sağlamlık Puanları ile EKRÖ Anne-Baba Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sperman's Korelasyon Testi Sonuçları (PS; Psikolojik sağlamlık) * $p < 0,001$

Tablo 1' de PS toplam puanları ile EKRÖ anne- baba formunun alt boyutları olan anne sıcaklık puanları ($r = .458, p < 0,001$), baba sıcaklık puanları ($r = .458, p < 0,001$)

arasında pozitif yönde, orta düzeyde anlamlı ilişki saptanırken PS toplam puanları ile anne düşmanlık puanları ($r = -.398, p < 0,001$), anne kayıtsızlık/ihmal puanları ($r = -.419, p < 0,001$), anne ayrışmamış red puanları ($r = -.303, p < 0,001$), baba düşmanlık puanları ($r = -.374, p < 0,001$), baba kayıtsızlık/ihmal puanları ($r = -.455, p < 0,001$), baba ayrışmamış red puanları ($r = -.273, p < 0,001$) arasında ise negatif yönde, orta düzeyde anlamlı ilişki saptanmıştır. Buna göre; ergen bireylerin anne ve babadan algıladığı sıcaklık arttıkça psikolojik sağlamlık düzeyi de artmaktadır. Ergenin anne ve babadan algıladığı ayrışmamış red düzeyi, düşmanlık ve kayıtsızlık/ihmal düzeyi arttıkça psikolojik sağlamlık düzeyi azalmaktadır.

		DD	Duygusal Destek Yokluğu	Müdahalecilik	Sinirlilik
Anne Sıcaklık	r	-0,540**	-0,538**	-0,215**	-0,393**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Anne Düşmanlık	r	,429**	0,380**	0,215**	0,392**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Anne Kayıtsızlık/ İhmal	r	,490**	0,429**	0,245**	0,453**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Anne Ayrışmamış Red	r	,396**	0,316**	0,213**	0,384**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Anne Toplam Puan	r	0,135*	0,037	0,132*	0,268**
	p	,008	,472	,009	,000
	n	388	388	388	388

Tablo 2: Duygu Dışavurum Puanları ile EKRÖ Anne Puanları ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sperman's Korelasyon Testi Sonuçları (DD; Duygu dışavurum) * $p < 0,001$

Tablo 2'de DD toplam puanları ile EKRÖ anne sıcaklık puanları ($r = -.540, p < 0,001$) arasında negatif yönde güçlü ilişki saptanmıştır. Ergen bireylerin anneden algıladığı sıcaklık düzeyi arttıkça DD düzeyi azalmaktadır. DD toplam puanları ile EKRÖ anne ölçeğinin alt boyutları olan düşmanlık puanları ($r = .429, p < 0,001$), kayıtsızlık/ihmal

puanları ($r = .490, p < 0,001$), ayrışmamış red puanları ($r = .396, p < 0,001$) arasında aynı yönde, orta düzeyde, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır.

DD ölçeğinin alt boyutu olan duygusal destek yokluğu puanları ile EKRÖ anne sıcaklık puanları ($r = -.538, p < 0,001$) arasında negatif yönde güçlü ilişki saptanmıştır. DD ölçeğinin alt boyutu olan müdahalecilik puanları ile EKRÖ anne sıcaklık puanları ($r = -.215, p < 0,001$) arasında negatif yönde, zayıf, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır. DD ölçeğinin alt boyutu olan sinirlilik puanları ile EKRÖ anne sıcaklık puanları ($r = -.393, p < 0,001$) arasında, orta düzeyde negatif yönlü ilişki saptanmıştır. Buna göre; ergenlerin anneden algıladığı sıcaklık düzeyi arttıkça sinirlilik, müdahalecilik, duygusal destek yokluğu düzeyleri azalmaktadır.

		DD	Duygusal Destek Yokluğu	Müdahalecilik	Sinirlilik
Baba Sıcaklık	r	-.516**	-0,473**	-0,229**	-0,427**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Baba Düşmanlık	r	,410**	0,377**	0,216**	0,324**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Baba Kayıtsızlık/İhmal	r	,446**	0,371**	0,253**	0,400**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Baba Ayrışmamış Red	r	,376**	0,299**	0,190**	0,380**
	p	,000	,000	,000	,000
	n	388	388	388	388
Baba Toplam Puan	r	0,082	,021	,088	,111*
	p	,105	,675	,084	,028
	n	388	388	388	388

Tablo 3 Duygu Dışavurum Puanları ile EKRÖ Baba Puanları ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sperman's Korelasyon Testi Sonuçları

* $p < 0,001$

Tablo 3'te DD toplam puanları ile EKRÖ baba sıcaklık puanları ($r = -.516, p < 0,001$) arasında negatif yönde, güçlü, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır. Buna göre ergen babadan algıladığı sıcaklık düzeyi arttıkça DD düzeyi azalacaktır. DD toplam

puanları ile EKRÖ baba ölçeği alt boyutları düşmanlık puanları ($r = .410, p < 0,001$), kayıtsızlık/ihmal puanları ($r = .446, p < 0,001$), ayrışmamış red puanları ($r = .376, p < 0,001$) arasında aynı yönde, orta düzeyde, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır. Buna göre, ergenin babadan algıladığı düşmanlık düzeyi, kayıtsızlık/ihmal düzeyi, ayrışmamış red düzeyi arttıkça DD düzeyi de artmaktadır.

DD ölçeğinin alt boyutu olan duygusal destek yokluğu puanları ile EKRÖ baba sıcaklık puanları ($r = -.473, p < 0,001$) arasında negatif yönde, güçlü, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır. DD ölçeğinin alt boyutu olan müdahalecilik puanları ile EKRÖ baba sıcaklık puanları ($r = -.229, p < 0,001$) arasında negatif yönde, zayıf, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır. DD ölçeğinin alt boyutu olan sinirlilik puanları ile EKRÖ baba sıcaklık puanları ($r = -.427, p < 0,001$) arasında negatif yönde, orta düzeyde, istatistiksel açıdan anlamlı ilişki saptanmıştır. Buna göre; ergenlerin babadan algıladığı sıcaklık düzeyi arttıkça sinirlilik, müdahalecilik, duygusal destek yokluğu düzeyleri azalmaktadır.

	PS	DD	Duygusal Destek Yokluğu	Müdahalecilik	Sinirlilik
PS	r 1				
	p .				
	n 388				
DD	r -0,464**	1,000			
	p ,000	.			
	n 388	388			
Duygusal Destek Yokluğu	r -0,485**	0,877**	1,000		
	p ,000	,000	.		
	n 388	388	388		
Müdahalecilik	r -0,154**	0,566**	0,274**	1,000	
	p ,002	,000	,000	.	
	n 388	388	388	388	
Sinirlilik	r -0,347**	0,776**	0,530**	0,391**	1,000
	p ,000	,000	,000	,000	,
	n 388	388	388	388	388

Tablo 4: Psikolojik Sağlık Puanları ve Duygu Dışavurum Puanları ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiyi Gösteren Sperman's Korelasyon Testi Sonuçları (PS; Psikolojik sağlık, DD; Duygu dışavurum) * $p < 0,001$

Tablo 4'te PS puanları ile DD puanları ($r = -.464, p < 0,001$) arasında negatif yönde, orta düzeyde anlamlı ilişki saptanmıştır. Buna göre; ergenleri de psikolojik sağlık düzeyi arttıkça DD düzeyi azalacaktır. PS puanları ile duygusal destek yokluğu puanları ($r = -.485, p < 0,001$), sinirlilik puanları ($r = .347, p < 0,001$) arasında negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu sonuçlar ergenlerde psikolojik sağlık düzeyi arttıkça ergenin algıladığı sinirlilik düzeyi ve duygusal destek yokluğu düzeyi azalmaktadır. PS puanları ile müdahalecilik puanları ($r = -.154, p < .05$) arasında negatif yönde zayıf ilişki saptanmıştır.

	Kadın					Erkek					U	Z	p
	\bar{X}	Med.	ss.	Min.	Max.	\bar{X}	Med.	ss.	Min	Max.			
EKRÖ Baba	49,0	48,0	5,9	27,0	76,0	49,6	49,0	6,2	27,0	81,0	15026,5	-1,621	0,105
Sıcaklık	26,0	28,0	5,9	8,0	32,0	25,7	28,0	6,2	8,0	32,0	16396,0	-0,299	0,765
Düşmanlık	8,1	7,0	3,0	6,0	21,0	9,0	8,0	3,5	6,0	24,0	14137,0	-2,563	0,010
Kayıtsızlık/İhmal	10,0	9,0	4,1	6,0	24,0	9,5	9,0	3,9	6,0	24,0	15566,5	-1,104	0,270
Ayrışma-mış Red	4,9	4,0	2,1	4,0	16,0	5,4	4,0	2,2	4,0	16,0	14238,0	-2,731	0,006

(\bar{X} :ortalama, **Med.**.; ortalama, **Min**; minimum, **Max**; maksimum)

Tablo 5: Ergenin Cinsiyetine Göre Algılanan Baba Kabul-Red Puanlarına İlişkin Mann Whitney-U Testi Sonuçları

Tablo 5' te kız ergenler ile erkek ergenlerin babalarından algıladıkları toplam ebeveyn kabul- red puanları(U=15026,5 z= -1,621p=.0105), babadan algılanan sıcaklık puanları (U= 16396,0 z= -0,299 p= . 765), kayıtsızlık/ihmal puanları (U= 15566,5z= -1,104p=.270) cinsiyet değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermemektedir. Ergenlerin baba kabul-red alt boyutu olan düşmanlık puanları (U= 14137,0z= -2,563p= . 010) ve ayrılmamış red puanları (U= 14238,0 z= -2,731 p= .0006) cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı fark göstermektedir. Erkeklerin babadan algıladığı düşmanlık ve ayrılmamış red puanlarının kızlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

	Kadın					Erkek					U	Z	p
	\bar{X}	Med.	ss.	Min.	Max.	\bar{X}	Med.	ss.	Min	Max.			
DD	57,9	54,0	15,8	33,0	119,0	61,9	58,0	18,7	35,0	115,0	15005,0	-1,635	0,102
Duygusal Destek Yokluğu	25,9	24,0	9,2	15,0	57,0	28,4	26,0	10,7	15,0	60,0	14589,5	-2,036	0,042
Müdahalecilik	13,7	13,0	4,1	6,0	24,0	13,4	13,0	3,9	6,0	24,0	15934,5	-0,743	0,457
Sinirlilik	18,3	17,0	6,7	12,0	48,0	20,1	17,0	8,5	12,0	44,0	15656,5	-1,011	0,312

(**DD**; duygu dışavurum ölçeği, **ort**; ortalama, **min**; minimum, **max**; maksimum)

Tablo 6: Ergenin Cinsiyetine Göre Algılanan Duygu Dışavurum Puanlarına İlişkin Mann Whitney-U Testi Sonuçları

Tablo 6' da ergenlerin DD toplam puanının (U=15005,0 z=-1,635 p=.102), DD' nin alt boyutları olan müdahalecilik puanları (U= 15934,5z= -0,743p=.0457) ve sinirlilik puanları (U= 15656,5z= 1,001p=.312) cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermezken; duygusal destek yokluğu puanlarının (U= 14589,5 z= -2,036 p=.042) cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Erkeklerin duygusal destek yokluğu puanlarının kızlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tartışma

Algılanan ebeveyn kabul reddi ile psikolojik sağlık arasındaki ilişki incelendiğinde; ergenin ebeveyninden algıladığı sıcaklık düzeyi arttıkça psikolojik

sağlıklı düzeyinin arttığı görülmüştür. Ebeveynlerinden ayrılmamış red ve düşmanlık algılayan ergenlerin psikolojik sağlık düzeyinin azaldığı saptanmıştır. Buna ek olarak babadan algılanan umursamazlık düzeyinin artması ile psikolojik sağlık düzeyinin azaldığı görülmüştür.

Literatür incelendiğinde araştırma bulguları ile uyumlu çalışmalara rastlanmıştır. Erdem (2017) öğretmen ve ebeveynler ile gerçekleştirdiği görüşmelerde katılımcılar; ilgisiz anne baba, ekonomik sorunlar, aile içi şiddet, baskıcı anne baba, cinsiyet gibi faktörleri ailesel risk faktörleri olarak belirtmiştir. Serbest (2010) lisans öğrencileri ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin anneden algıladıkları kabulün depresif belirtiler ve psikolojik sağlık düzeyini yordadığını belirtmiştir. Ogelman (2015) ise çalışmada anne ve babasından sevgi, sıcaklık gören bireylerin psikolojik sağlık düzeylerinin arttığını saptamıştır. Arastaman ve Balcı (2013) ve Bulut (2016) çalışmalarında aile desteğinin ergenlerin psikolojik sağlığını yordadığını belirtmiştir.

Ailesel faktörler, bireyin psikolojik sağlık düzeyi için koruyucu bir faktör olarak rol oynayabilmektedir. Bu doğrultuda ebeveyn ile olumlu ilişki geliştirme, ailenin bireye karşı kabul edici ve sevgisini belli eden yaklaşımı ve ailenin bireye karşı doğru tutum sergilemesinin psikolojik sağlık düzeyi açısından oldukça önemli olduğu ve psikolojik sağlık düzeyini etkilediği düşünülmektedir.

Ebeveyn kabul reddi ve algılanan duygu dışavurumu arasındaki ilişkiyi incelendiğinde; ergenin ebeveyninden algıladığı sıcaklık arttıkça duygu dışavurum düzeyi ve alt boyutları olan duygusal destek yokluğu düzeyi, müdahalecilik düzeyi ve sınırlılık düzeyi azalmaktadır. Ergenin anne ve babadan algıladığı düşmanlık düzeyi, kayıtsızlık/ihmal düzeyi, ayrılmamış red düzeyi arttıkça algılanan duygu dışavurum düzeyi de artmaktadır.

Literatürde ebeveyn kabul reddi ve algılanan duygu dışavurumu arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara rastlanmamıştır.

Duygu dışavurum, çocuk ve ergen psikopatolojisinde kötü prognosis ile ilişkilendirilmiştir (McCleary ve Sanford, 2002). Abacı (2018) çalışmada, bireylerin çocukluk çağında ebeveynlerinden algıladığı red düzeyi arttıkça psikolojik belirtiler düzeyinin de arttığını saptamıştır (Abacı, 2018). Stubbe ve arkadaşları (1993) çalışmalarında, yüksek duygu dışavurumu olan ailelerde psikolojik belirtiselliğin görülme riskinin, düşük duygu dışavurumu olan ailelere göre beş kat daha fazla olduğunu saptamıştır. İhmal edilen, stresli ev ortamına maruz kalan ve ebeveynlerinde psikopatoloji saptanan gençlerin fizyolojik olarak yüksek stres tepkileri sergilediği saptanmıştır (Peris ve Miklowitz, 2015).

Literatür incelendiğinde ebeveynliğin sıcaklık boyutunda ebeveynlerin çocuklarına yönelik sergilediği sıcaklık, yakınlık, şefkat, ilgi sevgi, kabul etme, ön planda iken; red boyutunda ise anne baba tarafından çocuğa sevginin gösterilmediği, düşmanca ve saldırgan davranışlar ile yaklaşıldığı, çocuğun ihmal edildiği davranışlar ön plandadır. Algılanan duygu dışavurum düzeyi yüksek olan bireyin kendisine yakın gördüğü kişiden algıladığı sürekli tekrarlı istenmeyen yorumlar, tavsiyeler, eleştiriler, müdahale, sınırlılık davranışları ön planda olduğu görülmüştür. Ebeveynliğin red boyutu ile algılanan duygu dışavurum düzeyi ve alt boyutlarında yer alan davranış tarzlarının birbirine oldukça yakın olduğu görülmüştür. Bu nedenle ebeveyn kabul red ve alt boyutları ile duygu dışavurum düzeyi ve alt boyutları arasında ilişki olması beklenen bir sonuç olmuştur. Algılanan ebeveyn kabul red ile duygu dışavurum düzeyi arasındaki direkt ilişkiyi araştıran çalışmaların sınırlı olmasından dolayı yeni çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

Duygu dışavurum ve psikolojik sağlık arasındaki ilişki incelendiğinde; duygusal destek göremeyen, kendisine yönelik sınırlı ve müdahaleci davranışlar algılayan ergenlerin psikolojik sağlık düzeyinin daha düşük olduğu görülmüştür.

Bireyin destekleyici ve sıcak aile bağlarına sahip olması, anne baba ile yakın ilişki kurması, iyi ebeveyn nitelikleri psikolojik sağlamlık için ailesel koruyucu faktörler arasındadır (Kararımk, 2006). Ebeveyn tutumlarının; demokratik olması, sevgi ve güvene dayanması, ergenin aile ve çevresi ile olan iletişimini pozitif yönde etkilemektedir (Atay, 2018).

Literatürde psikolojik sağlamlık ve algılanan duygu dışavurumu arasındaki ilişkiyi direkt araştıran çalışmalara rastlanılmadığı için bu alanda yeni çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Aile üyelerinin bireye karşı sergilediği davranışları bireyin nasıl algıladığı ve yorumladığı psikolojik sağlığı açısından oldukça önemli olduğu ve bireyde oluşan bu algının bireyin psikolojik sağlamlığını koruyucu ya da risk faktörü olarak rol oynadığı düşünülmektedir.

Demografik değişkenler içinde yer alan cinsiyet değişkenine göre ergenlerin algılanan ebeveyn kabul red, duygu dışavurum ve psikolojik sağlamlık düzeyleri anlamlı derecede farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarında; erkeklerin babadan algıladığı düşmanlık ve ayrılmamış red puanlarının kızlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Karaboğa (2018) çalışmasında, babadan algılanan düşmanlık düzeyinin cinsiyete göre farklılaştığı; erkek öğrencilerde babadan algılanan düşmanlık algısının daha yüksek olduğunu saptamıştır. İslam (2016) 19- 27 yaş aralığındaki katılımcılar ile yaptığı çalışmada, kadınların babadan algıladıkları düşmanlık ve red düzeylerinin erkeklere göre daha düşük olduğunu saptamıştır. Aslan (2014) lisans öğrencileri ile yaptığı çalışmasında; babadan algılanan saldırganlık, ihmal ve red boyutunun erkeklerde kadınlara göre daha yüksek olduğunu saptamıştır. Dural ve Yalçın (2014) ise yaptıkları çalışmada baba kabul reddi toplam düzeylerinin ve alt boyutlarının cinsiyete göre farklılaştığını; kadınların erkeklere göre babalarından daha çok sıcaklık, daha az düşmanlık, kayıtsızlık/ihmal ve ayrılmamış red algıladıklarını belirtmiştir. Literatürdeki diğer çalışma bulgularının, araştırmanın bulgusu ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Duygu dışavurum puanları cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık göstermezken; duygu dışavurumun alt boyutu olan duygusal destek yokluğu puanlarının cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Erkeklerin duygusal destek yokluğu puanlarının kızlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

Hibbs ve arkadaşları' nın (1991), çocuklar ile yaptığı çalışmada duygu dışavurum düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşmadığı saptanmıştır. Bu çalışmanın bulguları, araştırma bulgusu ile uyumludur. Eray (2015) çalışmasında, duygusal destek yokluğu ve müdahalecilik düzeyleri arasında cinsiyete göre anlamlı bir fark bulmamıştır. Vural ve arkadaşları (2013), duygu dışavurum ölçeğinden elde edilen puanların cinsiyete göre farklılaşmadığını tespit ederken duygusal destek yokluğu ve müdahalecilik ve sinirlilik düzeylerinde anlamlı farklar bulmuştur. Literatür tarandığında bu çalışmanın bulgusunu destekleyen çalışmaların olduğu gibi desteklemeyen çalışmalarında olduğu görülmüştür. Bu farklılığın katılımcıların sosyo-demografik ve kişilik özelliklerinden kaynaklanabileceği düşünülmüştür. Örnekleme grubuna sosyo-kültürel açıdan bakıldığında kızların erkeklere göre daha duygusal olabileceği ve duygularını daha rahat dile getirebilmesi aynı zamanda toplum tarafından kızlara ve erkeklere biçilen rollerin de etkili olabileceği düşünülmektedir.

Literatür tarandığında, Türkiye' de duygu dışavurumu ile ilgili çalışmaların daha çok hasta ve yetişkin gruplar ile yapıldığı dikkati çekmiştir. Türkiye' de algılanan ebeveyn kabul reddi ile duygu dışavurum arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, tanı almamış ergen örnekleme ile algılanan ebeveyn kabul reddi ile psikolojik sağlamlık ve duygu dışavurumu arasındaki ilişkiyi araştıran çalışma olması, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmış olan ölçeklerin kullanımı, ergenlerin psikolojik sağlamlık

düzeylerinde ebeveynleri ile ilişkilerinin önemi konusunda farkındalık kazandırması araştırmanın güçlü yönleridir.

Bu araştırmanın bir takım sınırlılıkları da bulunmaktadır. Araştırma, İstanbul' un Silivri ilçesinde eğitim gören 388 kişilik bir örneklem ile sınırlanmaktadır. Bu araştırma verileri, ergenler için Ergenlerde Kısaltılmış Duygu Dışavurum Ölçeği, Çocuk ve Genç Psikolojik Sağlamlık Ölçeği (ÇGPSÖ-12), Ebeveyn Kabul/Red Ölçeğini (EKRÖ) ölçtüğü nitelikler ile sınırlıdır.

Araştırmadaki veriler korelasyon analizi ile analiz edildiği için nedenselliğe dair çıkarsamalar yapılamaması, çıkarsamaların sadece ilişkiselliğe yönelik yapılması araştırmanın diğer sınırlılığdır.

KAYNAKÇA

ALİSİNANOĞLU, F. (2002). Gençlik dönemi özellikleri ve genç anne-baba iletişimi. *Eğitim ve Bilim, Cilt 27* (123), 62-63.

ALPASLAN, A. H. (2012). Ergen ruh sağlığı ve spor. *Kocatepe Tıp Dergisi, Cilt 13* (3), 181- 185.

ARASTAMAN, G. & A. BALCI. (2013). Lise öğrencilerinin yılmazlık algılarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, Cilt 13* (2), 915-928.

ARSLAN, G. (2015). Çocuk ve genç psikolojik sağlamlık ölçeği'nin (ÇGPSÖ12) psikometrik özellikleri: geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Ege Eğitim Dergisi, Cilt 16* (1), 1- 12.

ASLAN, B. (2014). *Ebeveyn kabul reddi ve intihar olasılığı: yaşam ve amaçları ve yalnızlık açısından bir değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ATAY, N. (2018). *Ergenlerde aileden algılanan duygu dışavurumunun duyguları ifade etmeye ve psikososyal uyuma etkisi*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

AYBAK, T.& M. İPEK (2021). Ergenlik dönemindeki çocuğa sahip ebeveynlerin yaşadıkları sorunlar. *Aydın Sağlık Dergisi, Cilt 7* (2), 141-165.

BARROWCLOUGH, C. & J. M. HOOLEY. (2003). Attributions and expressed emotion: a review. *Clinical Psychology Review, Vol 23* (6), 849-880. doi: 10.1016/s0272-7358(03)00075-8.

BONANNO, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *American Psychologist, Vol 59* (1), 20-28.

BROWN, G. W., BIRLEY, J. L. T. & WING, J. K. (1972). Influence of family life on the course of schizophrenic disorders: a replication. *Br J Psychiatry, Vol 121* (562), 241-258.

BULUT, B. (2016). *Ergenlerin anksiyete, sosyal destek ve psikolojik sağlamlık düzeyleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

CONNOR, K. M., & J. R. DAVIDSON. (2003). Development of a new resilience scale: the connor Davidson resilience scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety, Vol 18* (2), 76-82. doi: 10.1002/da.10113

DİLVİN-ABACI, F. (2018). *Ebeveyn kabul- reddi ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkide duygu düzenleme ile kişilerarası problemlerin rolü*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

DOĞAN, T. (2015). Kısa psikolojik sağlamlık ölçeği'nin Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *The Journal of Happiness & Well-Being, Cilt 3* (1), 93-10.

DURAL, G. & İ. YALÇIN (2014). Üniversite öğrencilerinde ebeveyn kabulü ile psikolojik uyum arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Düşünen Adam, Cilt 27 (3)* 221- 232. doi: 10.5350/DAJPN2014270305.

ERDEM, E. (2017). *Okul öncesi eğitime devam eden 4-5 yaşındaki çocukların yılmazlık özellikleri ve yılmazlığı destekleyici faktörlerin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

ERAY, Ş. (2015). *Ergenlerde algılanan duygu dışavurumunun benlik saygısı ve duygusal davranışsal sorunlarla ilişkisinin değerlendirilmesi*. Uzmanlık Tezi. Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi, Bursa.

HIBBS E. D., HAMBURGER S.D., & LENANE M, et al (1991). Determinants of expressed emotion in families of disturbed and normal children. *Journal Of Child Psychology and Psychiatry, Vol 32 (5)*, 757-70.

İSLAM E. (2016). *Romantik ilişkilerde kendilik değerlendirmesi ile algılanan ebeveyn kabul- red düzeyi arasındaki ilişki ve kendini toparlama gücünün aracılık rolü*. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KARABOĞA, F. (2018). *Ebeveyn reddi algısı yüksek olan ergenlerin şiddet eğilimine yönelmesinde bağlanma biçiminin etkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KARAIMAK, Ö. (2006). Psikolojik sağlamlık, risk faktörleri ve koruyucu faktörler. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, Cilt 3 (26)*, 129-142.

KOCAYÖRÜK, E. (2010). Ergen gelişiminde aile işlevleri ve baba katılımı. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi. Cilt 4 (33)*, 37-45.

KOÇ, E. & C. KAYGUSUZ. (2016). The effect of adolescent-parent relationship enhancement program on adolescent perceived parental acceptance / rejection levels and family functions. *Guidance and Psychological Counselling, Vol 13 (3)*, 4338- 4355.

LEE, H. H., & CRANFORD, J. A. (2008). Does resilience moderate the associations between parental problem drinking and adolescents' internalizing and externalizing behaviours? A study of Korean adolescents. *Drug and Alcohol Dependence, Vol 96 (3)*, 213-221. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2008.03.007>.

LEFF J., & C. VAUGHN. (1985). *Expressed emotion in families*. New York: Guildford.

LIEBENBERG, L., UNGAR, M. & LEBLANC, J. C. (2013). The CYRM-12: a brief measure of resilience. *Canadian Journal of Public Health, Vol 104 (2)*, 131-135.

MASTEN, A. S. (2001). Ordinary magic: resilience processes in development. *American Psychologist, Vol 56 (3)*, 227-238.

MCCLEARY L., & M. SANFORD. (2002). Parental expressed emotion in depressed adolescents: prediction of clinical course and relationship to comorbid disorders and social functioning. *Journal of Child Psychology and Psychiatry and Allied Disciplines, Vol 43 (5)*, 587-95.

NELIS SM, RAE G, LIDDELL C. (2011). The level of expressed emotion scale: a useful measure of expressed emotion in adolescents? *J Adolesc, Vol 34 (2)*, 311-8.

OGELMAN, H. G. (2015). Predictor effect of parental acceptance-rejection levels on resilience of preschool children. *Social and Behavioral Sciences, Vol 174 (2015)*, 622 - 628. doi:10.1016/j.sbspro.2015.01.592

ÖNGİDER, N. (2013). Boşanmanın çocuk üzerindeki etkileri. psikiyatride güncel yaklaşımlar. *Current Approaches in Psychiatry. Cilt 5 (2)*, 140-161.

ÖZ, F. & E. BAHADIR- YILMAZ. (2009). Ruh sağlığının korunmasında önemli bir kavram: psikolojik sağlamlık. *Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Dergisi, Cilt 16 (3)*, 82- 89.

ÖZDEMİR, Y. & F. ÇOK. (2011). Ergenlikte özerklik gelişimi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, Cilt 4 (36)*, 152- 164.

PERIS, T.S. & D. J. MIKLOWITZ. (2015). Parental expressed emotion and youth psychopathology: new directions for an old construct. *Child Psychiatry Hum Dev*, Vol 46 (6), 863-873. doi: 10.1007/s10578-014-0526-7.

ROHNER P. R. (1986). *The warmth dimension: foundations of parental acceptance rejection theory*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.

ROHNER, R. P. (1980). Worldwide tests of parental acceptance-rejection theory: an overview. *Behavior Science Research*, Vol 15 (1), 1 – 21.

SERBEST, S. (2010). *The influence of the university students' perceived paternal and maternal acceptance, father involvement and depressive symptoms on their resiliency*. Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

STUBBE D. E., ZAHNER G.E., GOLDSTEIN M.J., & LECKMAN J.F. (1993). Diagnostic specificity of a brief measure of expressed emotion: a community study of children. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, Vol 34 (2), 139-54.

VURAL P, SİĞİRLİ D, ERAY Ş, ERCAN İ, KILIÇ E-Z. (2013). The reliability and validity study of shortened level of expressed emotion scale in adolescents. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, Vol 33 (1), 191-9.

YILMAZ, B. (2007). *Understanding social anxiety through adolescents' perceptions of interparental conflict and parental rejection*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Boğaziçi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Summary

The present study aims to contribute to the literature and lead the way to future studies by examining the relationship between parental rejection, psychological resilience and emotional expression perceived during the adolescence period. This study is important in terms of determining the process that can help the development of psychological resilience in hard living conditions and create a theoretical starting point for the development of programs that can support the adolescents, who are considered to be at risk, with the cooperation of teacher - family.

As a result of the review of the relevant literature, with the idea that there may be a relationship between perceived parental acceptance-rejection, emotional expression, and psychological resilience during adolescence, the main problem sentence of this study is as follows; "Is there a significant relationship between perceived parental acceptance-rejection, emotional expression, and psychological resilience during adolescence?"

259 girls and 129 boys, total 388 adolescents aged between 14-17 years old, currently studying in Toki Cumhuriyet Anatolian High School, Hasan Sabirye Gümüş Anatolian High School, Silivri Kız İmam Hatip, Necip Sarıbekir Vocational and Technical Anatolian High School have participated the survey. As data collection tools, personal information form, Parental Acceptance Rejection Child/Adolescent PARQ (short form) Scale, Emotional Expression Scale, Child and Young Resilience Scale were used.

A mid-level positive correlation was found between resilience levels and warmth levels, which are the sub-dimensions of the parent form of perceived parental acceptance rejection scale and a mid-level reverse correlation was found between the levels of psychological resilience and hostility, indifference/negligence, and undifferentiated rejection levels. Accordingly, as the warmth perceived by adolescent individuals from parents increases, the level of psychological resilience also increases. As the level of unseparated rejection, hostility, and neglect perceived by the adolescent from the mother and father increases, the level of psychological resilience decreases.

A reverse, strong correlation was found between the emotional expression total levels and the maternal warmth levels, which is the subdimension of the parental acceptance

rejection scale. A mid-level, same direction correlation was found between total emotional expression levels and hostility levels, indifference levels, undifferentiated rejection levels, which were the subdimensions of the PARQ paternal scale. A reverse, strong correlation was found between emotional expression total levels PARQ paternal warmth levels. A midlevel, same direction correlation was found between total emotional expression levels and hostility levels, indifference levels, undifferentiated rejection levels, which were sub-dimensions of the PARQ paternal scale. In addition, a reverse, mid-level correlation was found between psychological resilience levels and emotional expression levels.

While gender variable did not create a significant difference in psychological resilience levels of adolescents, perceived paternal hostility levels, undifferentiated rejection levels, absence of emotional support, which is the sub-dimension of emotional expression, were found to create a statistically significant difference.

Accordingly, it was found that the levels of hostility and unseparated rejection, and lack of emotional support perceived by boys from the father were higher than the levels of hostility and unseparated rejection, and lack of emotional support perceived by girls from the father.

İskoç ve Katalan Bağımsızlık Hareketlerinin Tarihsel Kökenleri ve Güncel Bir Karşılaştırması*

Eda KALFA**, Cengiz DİNÇ***

Öz

Bu çalışmada öncelikle, milliyetçilik, devlet altı milliyetçilik ve self determinasyon kavramları ampirik örneklerle desteklenerek analiz edilmektedir. Daha sonra İskoç ve Katalan bağımsızlık hareketlerinin tarihsel gelişimine, iç dinamiklerine ve güncel bir karşılaştırmasına yer verilmektedir. Çalışmada devlet altı milliyetçilik konusunda uzman düşünürlerin çalışmaları ve konunun güncelliğini koruması sebebiyle bağımsız düşünce ve yayın kuruluşlarının haberleri nitel olarak analiz edilmektedir. Bu bölgelerin bağımsızlık taleplerinin kamuoyunda güçlenmesinin en önemli nedenleri; emperyal gücün kaybı, güçlü devlet altı kurumsallaşma, kamu diplomasisi faaliyetleri, ekonomik talepler ve anayasal krizler olarak belirlenmiştir. Katalonya'da daha güçlü ekonomik motivasyon ve kamu diplomasisi bulunsa da son kamuoyu yoklamaları ve bölgesel seçim sonuçları, bağımsızlıktan çok özerklik haklarının genişletilmesi yönünde desteğin artışı olduğunu göstermektedir. İskoçya ise İngiltere'ye fazlasıyla bağımlı bir ekonomik yapılanma ve kamu diplomasisine sahiptir. Fakat İskoç Ulusal Partisi (SNP) liderliğindeki güçlü siyasi yapılanmasıyla özellikle *Brexit* sürecinde, kamuoyu yoklamalarından da anlaşılacağı üzere, bağımsızlık hareketleri konusunda uluslararası kamuoyunda ciddi bir baskı yaratabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İskoçya, Katalonya, Bağımsızlık Hareketleri, Self Determinasyon, Devlet Altı Milliyetçilik

JEL Kodları: F50, F54, Z00

Historical Origins and A Current Comparison of the Scottish and Catalan Independence Movements

Abstract

In this study, firstly, the concepts of nationalism, sub-state nationalism and self-determination are analysed with empirical cases. Then, the historical development,



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 16.06.2021

Kabul/Accepted: 29.03.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igushbd.952005>

* Bu çalışmada, Eda KALFA'nın, Doç. Dr. Cengiz DİNÇ'in akademik desteği ve yönetiminde Osmangazi Üniversitesi SBE'de yürütmekte olduğu Yüksek Lisans tezinden geniş ölçüde yararlanılmıştır.

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, SBE Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı, Eskişehir, Türkiye. E-Posta: edakalfa@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-5367-0022>

*** Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Eskişehir, Türkiye. E-posta: cdinc@ogu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-4433-9941>

internal dynamics and a current comparison of the Scottish and Catalan independence movements are explained. The studies of sub-state nationalism specialists and the news of independent think tanks and broadcasting organisations are analysed qualitatively. The most important reasons for the strengthening of the independence demands of these regions in the public opinion are determined as loss of imperial power, strong sub-state institutionalisation, public diplomacy activities, economic demands and constitutional crises. Although there is stronger economic motivation and public diplomacy in Catalonia, recent opinion polls and regional election results show that support for expanding autonomy rights rather than independence is on the rise. Scotland, on the other hand, has an economic structure and public diplomacy that is highly dependent on England. However, with its strong political structure led by SNP, especially in the *Brexit* process, as can be understood from the opinion polls, it can create a serious pressure on the international public opinion regarding the independence movements.

Keywords: Scotland, Catalonia, Independence Movements, Self-Determination, Sub-State Nationalism

JEL Codes: F50, F54, Z00

1. Giriş

Bu çalışmanın amacı, İskoç ve Katalan bağımsızlık hareketlerinin bağımsızlık konusunda merkezi hükümetlere ve uluslararası kamuoyuna hangi olgular ve gelişmelerle baskı yarattığını analiz etmek ve karşılaştırmalı bir analizini gerçekleştirmektir. Çalışma sorusu "*Katalan ve İskoç bağımsızlık hareketlerini uluslararası kamuoyunda farklı kılan gelişmeler nelerdir?*" olarak belirlenmiştir. Bölgelerdeki bağımsızlık hareketlerinin merkezi hükümete ve uluslararası kamuoyuna baskı oluşturmasının temelde dört önemli motivasyonu olduğu sonucuna ulaşılmış ve bu motivasyonlar iki bölgenin karşılaştırılması yapılarak açıklanmıştır. Bu motivasyonlar kamu diplomasisi faaliyetleri, köklü devlet altı kurumsallaşma ve emperyal gücün kaybı, ekonomik faktörler ve anayasal krizler olarak belirlenmiştir.

Çalışmada ilk olarak milliyetçilik, devlet altı milliyetçilik ve self determinasyon üzerine teorik bir tartışma gerçekleştirilmektedir. Daha sonra İskoçya ve Katalonya'daki bağımsızlık hareketlerinin iç dinamikleri, tarihsel arka planları ve bölgesel siyasi partilerin faaliyetleri açıklanmaktadır. Ayrıca son dönem genel seçimlerle bağımsızlık söylemlerinde başat aktör olan bölgesel partilerin güncel durumu incelenmektedir. Ardından İskoçya ve Katalonya bölgeleri kültürel, tarihsel, ekonomik ve hukuksal açılarından karşılaştırmalı olarak açıklanmaktadır. Yine bu bölümde, devlet altı milliyetçilik hareketlerini tetikleyen *Brexit* ve başarısız referandumlar gibi güncel krizler değerlendirilerek kamuoyu araştırmalarında İskoç ve Katalan seçmenlerin bağımsızlığa bakış açıları analiz edilmektedir. Son olarak AB'nin (Avrupa Birliği) İskoç ve Katalan bağımsızlık hareketlerine olan yaklaşımına değinilmektedir.

2. Milliyetçilik, Devlet Altı Milliyetçilik ve Self Determinasyon Üzerine Teorik Bir Tartışma

Birçok teorisyen, 1970'lere değin etnik veya kültürel bölünmelere dayalı çatışmaların geçici olduğu ve endüstriyel toplumun gelişmesiyle azalacağı inancındaydı. O döneme kadar etnik çatışmalar milliyetçilik kategorisinde incelenmek yerine çoğunlukla ekonomik çatışmaların bir parçası olarak görülmüştür. Marksistler bu

çatışmaların kapitalist toplumun geçici bir aşaması olduğu görüşündeydiler. Çok uluslu Amerikan toplumu idealinden etkilenen birçok Amerikalı yazarsa etnik, kültürel veya milliyetçi çatışmaların ekonomik çatışmalardan daha az önemli olduğunu varsayarak ekonomik çatışmalara öncelik vermiştir (Birch, 1978: 325). Milliyetçilik hareketlerini ekonomik faktörlerle açıklamanın yeterli olmadığı, devlet altı milliyetçilik hareketlerinin de artmasıyla ileriki dönemlerde daha iyi anlaşılmalıdır. Örneğin Birleşik Krallık'ta yer alan üç bölge (Galler, İskoçya ve Kuzey İrlanda) Kıta Avrupası'nın kârlı ihracat pazarlarından uzakta, engebeli arazi ve daha az verimli topraklarıyla İngiltere'den daha fakirdir. Bununla beraber İspanya'da yer alan, Madrid dışında, Bask Bölgesi ve Katalonya ülkedeki en refah bölgeler arasında yer almaktadır. Bu bölgelerin ayrılıkçılık talepleri göz önünde bulundurulduğunda milliyetçiliğin artışı sadece ekonomik değişkenlere indirgemek mümkün değildir (Birch, 1978: 331).

Soğuk Savaş sonrasında devlet altı milliyetçilik kavramı ve onun devletlerin toprak bütünlüğüne etkisi siyaset bilimi çalışmalarının merkezinde yer almıştır. Ampirik olarak incelendiğinde Yugoslavya, Çekoslovakya ve Sovyetler Birliği'nin çözülüşüyle ortaya çıkan homojen devletler nihai amaçlarına ulaşamamış ve bölgelerde kanlı iç savaşlar ve etnik çatışmalar ortaya çıkmıştır. Örneğin Kosova'nın bağımsızlığı (2008) sadece Sırbistan ve Kosova arasında değil, diğer eski Yugoslavya cumhuriyetleri arasında da gerginliğe yol açmıştır. Güney Sudan'ın bağımsızlığı (2011) ile ortaya çıkan iç çatışmalar, komşu ülkeleri de etkileyen zayıf bir ülke yaratmıştır. Karadağ'ın Sırbistan'dan bağımsızlığı (2006) ise her iki ülkede de demokratik yönetime hiçbir katkıda bulunmamıştır (Anderson, Keil, 2016: 43). Sonuçta her ne kadar İskoçya ve Katalonya gibi bölgelerin çoğu, bağımsızlıklarını merkezi hükümetle barışçıl yollarla elde etmek istese de 1905 yılında İsveç yönetiminin Norveç'in birlikten ayrılmasına barışçıl olarak izin vermesi dışında bunun örneğine Avrupa ve hatta dünyada rastlamak oldukça zordur (Birch, 1978: 340).

Milliyetçiliği ve devlet altı milliyetçiliği açıklarken karşımıza çıkan en önemli problemlerden biri terminolojide ortak bir kaniya ulaşılamamış olmasıdır. Örneğin William Petersen, Amerikalıların millet kavramını devlet kavramıyla çok yakından ilişkilendirdiğini ve kavramın devlet içindeki etnik gruplar için kullanılmasında zorluğa yol açtığını ifade etmiştir. Bu nedenle Petersen, *devlet altı milliyetçilik* kavramının kullanılmasını önerirken Walker Connor *etnik milliyetçilik*, Will Kymlicka ile Christine Straehle *azınlık milliyetçiliği* ve Keating *azınlık milliyetçiliği* veya *ayrılıkçı milliyetçilik* kavramını kullanmıştır. Kymlicka ve Straehle (1999: 66) devlet milliyetçiliğinin vatandaşlara ortak bir dil, kimlik ve kültür empoze etmeyi amaçlayarak çeşitli ulus inşa politikaları benimsediğini; öte yandan, azınlıkların kendi devletlerini talep etmek için seferber olduklarını ifade etmiştir. Azınlık statüsündeki ulus, ulus devlet ve ulus ötesi seviyelerinin hepsini açıklayan bir teoriye ihtiyaç vardır çünkü bu seviyeler birbiriyle çatışmamakla beraber birbiriyle uyumludur. Ayrıca ulusal sınırları aşan uluslararası politik kurumlara ihtiyaç vardır. Böylelikle uluslararası güvenlik, çevresel problemler ve ekonomik küreselleşme gibi konuların üstesinden gelinebilecektir. (Kymlicka, Straehle, 1999). Keating, milliyetçiliğin ulus içindeki grupların mevcut ulus tanımıyla rekabet halindeki ulusal iddialarda bulunmalarını durduramayan sorunlu bir doktrin olduğunu ifade etmiştir (1996: 18). Birch'e göre ise milliyetçilik için farklı kavramların kullanılması yararlı veya kullanışlı değildir. Ona göre tanımlanabilir bir alana sahip belirli bir topluluk için siyasi özerklik talebi olan herhangi bir hareketlenme, milliyetçilik hareketi olarak tanımlanmayı hak etmektedir (1978: 332). Bu çalışmada ise son dönemdeki literatür çalışmaları göz önüne alınarak, devlet altı milliyetçilik kavramının ayrı olarak açıklanması gerekli görülmüştür.

Devlet altı milliyetçilik, merkezi devlete karşı hareketlenen bölgelerin savunduğu milliyetçilik türüdür. Bölgedeki ortak kimlik ve ayırt edici tarihselliği arkasına alarak

ulusal kimliğe karşı ve hatta üstün gelmeyi amaçlar. Yerel ve merkeze bağlı vatandaşlar arasında yaygın olarak görülen anlaşmazlıklardan farklıdır, çünkü bu türden anlaşmazlıklar aynı politik alanda gerçekleşmektedir. Hareketli bir devlet altı milliyetçilikte, mevcut politik alanın değiştirilmesi amaçlanır (Berwick, 2019: 14). Elbette devlet altı milliyetçilik kavramı diğer milliyetçilik türleriyle milliyetçiliğin temel ideolojik savlarında buluşsa da içerisinde bulunduğu devletin hâkim milli kimlik tanımına meydan okuduğundan muhalif karaktere sahip özgül bir milliyetçilik tipini oluşturmaktadır. İçinde yaşadıkları devletin mevcut siyasal yapısında yeterince temsil edilmediklerini düşündüklerinden toplumsal hareketler ve siyasi partiler olarak örgütlenerek devlette yoğunlaşmış iktidarı kontrol etmeye çalışmaktadırlar (Saylan, 2017: 93). Batı'da devlet altı milliyetçilik düşüncesi son zamanlarda artış göstermektedir. Giderek artan bu dinamizmin en önemli motivasyonlarından birini self determinasyon düşüncesinin gelişmesi, diğerini güçlü devlet altı milliyetçi hareketlerin ve söylemlerin sosyal politikalarla harmanlanarak gündeme getirilmesi oluşturmaktadır. İskoçya ve Katalonya gibi bölgeler self determinasyon ilkesini kullanarak özerkliklerini belli bir ölçüde geliştirmişlerdir. Bölgelerdeki kurumsallaşma, ulusal çıkarların ve bölgesel hareketliliğin gelişimi için önemli bir destekleyici güce sahiptir (Lecours, 2012: 271-274). İskoçya ve Katalonya, bu devlet altı milliyetçilik süreçleri göze alındığında başarılı örneklerdir.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde İskoçya ve Katalonya'nın self determinasyona dayalı devlet altı milliyetçilik hareketleri açıklanmaktadır. Siyaset felsefesi, bir kişinin kendi kaderini tayin etme (self-determinasyon) arzusunu, otonomi kavramı ile açıklamaktadır. İki kelimenin birleşimi ile oluşturulan bu kavramda, oto kelimesi benlik anlamına gelirken, nomi ise bilim, hukuk anlamı taşımaktadır. Birleşmiş Milletler (BM) Şartı'nda yer alan self determinasyon, siyasi söylemde evrensel olarak kabul edilen nadir kavramlardan biridir. BM Şartı, eşit haklar ilkesi ve insanların self determinasyon ilkesine ilişkin olarak 1'inci fıkra 2'inci paragrafta bu konuya değinmektedir. Paragrafta, "*Halkların kendi kaderini tayin ilkesine ve eşit haklara sahip olmasına saygı temelinde uluslararası dostane ilişkileri geliştirmek ve evrensel barışın güçlendirilmesi amacıyla uygun olan önlemleri almak*" olarak ifade edilmektedir (UN Charter). Kendi kaderini tayin etme arayışı, insanların talep edilen topraklarda nasıl yönetildiklerine kendilerinin karar vermesiyle ilgilidir. Devletlerin toprak bütünlüğü ve self determinasyon hakkı BM Şartı'nda üyeleri tarafından saygı duyulması gereken ilkeler arasında yer almaktadır. İskoçya ve Katalonya'da gerçekleştirilen bağımsızlık referandumlarının da otonomi arzusuyla gerçekleştirildiği ve bu iki bölgedeki ayrılıkçıların self determinasyon ilkesi doğrultusunda bağımsız bir devlet olma amacı taşıdığı görülmektedir.

3. İskoç Bağımsızlık Hareketi

3.1. Bölgenin İç Dinamikleri ve Tarihsel Arka Planı

İskoçya, Birleşik Krallık'ın üçte birine karşılık gelen ve 77,910 km²lik alanı kapsayan dört özerk bölgesinden biridir. Birleşik Krallık'ın nüfusu 68 milyon 105 bindir ve bu nüfusun 5 milyon 454 binini İskoçlar oluşturur (%8) (Worldometer, 2021). Gayri safi yurtiçi hasılası (GSYİH) 2019'da 168 milyar İngiliz sterlini, kişi başı GSYİH'sı 30,770 İngiliz sterlini olarak kayıtlara geçmiştir (Clark, 2020). Birleşik Krallık'ta kişi başına düşen GSYİH'nın 2019'da 33 bin İngiliz sterlini olduğu göz önüne alınırsa (Statista, 2021), İskoçya ve Birleşik Krallık arasında kişi başı GSYİH bazında İngiltere lehine %10'luk bir fark vardır.

İskoç milliyetçiliği, günümüzde SNP'nin (sosyal demokrat İskoç Ulusal Partisi-Scottish National Party) önderliğini yaptığı, Birleşik Krallık ve bir ölçüde Avrupa'nın geleceğini etkileyen kritik ve dinamik bir siyasi oluşumdur (Broughton, 2021). İskoç milliyetçiliğinin kökeni üç yüz yıl önce Büyük Britanya ile birleşmesinden çok daha

öncelere dayanmaktadır (Solly, 2020). İskoç milliyetçiliği akademide ve kamuoyunda 1990 sonrasında nispeten daha fazla etkisini hissettirmeye başlamış olsa da İskoçya'nın *devredilmiş* yönetsel anlayışı ve ayırt ediciliğinin uzun bir tarihsel geçmişi bulunmaktadır. Bu karmaşık milliyetçilik tarihi, İskoç milliyetçiliğinin bugünkü dinamizmine sağlam bir meşruyet kazandırmaktadır.

İskoçya kendi parlamentosuna sahip, nispeten bağımsız bir ülkeyken 1707 yılında kabul edilen *Birlik Yasası* ile İngiliz ve İskoç Parlamentoları birleşme kararı almıştır (Britannica, Act of Union). *Birlik Yasası*, İskoç Parlamentosu'nda yer alan eğitimli soylular tarafından büyük bir çoğunlukla kabul edilmişse de tarih boyunca sürekli olarak savaşan İngiltere ve İskoçya'nın uzlaşması, İskoç halkı tarafından şüpheyle karşılanmıştır. İskoçya'da İngilizce hâkim dil olmuş ve imparatorluğun sağladığı olanaklar Britanya kimliğinin kolayca benimsenmesini sağlamıştır. Bu birliktelik, içerisinde bir yandan Britanya çatısı altında bütünleşmeyi barındırırken, diğer yandan İskoç kültürünü koruma çabalarına yönelik düşüncelerin doğmasına neden olmuştur (Saylan, 2017).

19. yüzyıl sonlarına gelindiğinde Birleşik Krallık'ın bölgede merkezileşme politikalarını artırması ve İngiliz Parlamentosu'nda Londra geleneklerini genişletmesiyle İskoçya'da kendi meclislerini tekrar oluşturma talepleri nüksetmiştir (Saylan, 2017). 1885 yılında kurulan İskoç Ofisi, İskoç Parlamentosu yeniden faaliyet gösterinceye kadar yerel yönetimde etki sahibi olmuştur. Birinci Dünya Savaşı sonrası özerk yönetimli yerel bir meclis kurulmasını amaçlayan yasa tasarıları Liberal Parti öncülüğünde İngiliz Parlamentosu'na iletilse de kabul görmemiştir. Bu girişim İskoç elitlerinin ilk önemli tepkisinin ortaya çıkmasına neden olmuş ve 1934'de SNP'nin kurulmasına zemin hazırlamıştır (Broughton, 2021).

İskoç siyasetinde siyasi partiler, siyasi fikirlerin ve bölgelerdeki hareketlerin odak noktasını oluşturmaktadır. Siyasi partilerin yapısı, 1945 yılından 1970'lere kadar uzanan süreçte sınıf ve dine dayalı örgütsel yapıların ve grupların desteğiyle oluşturulan yarı-kutuplaşmış bir modele benzetilmiştir (McTavish, 2016: 60). Muhafazakarların ve Liberarellerin birleşmesiyle meydana gelen İskoç Birlikçi Partisi (Scottish Unionist Party) 1930'lardan 1960'lara kadar İskoç siyasetinde öne çıkmıştır. Parti, İskoç kimliğinin Britanya içerisindeki yerine vurgu yapmaktaydı ve parti içerisinde İskoç milliyetçileri daha sonra SNP'yi oluşturan kadroda yer almıştır. Muhafazakârlar hızla güç kaybetmeye başladığında İskoç siyaseti hızlı bir dönüşüm içerisine girmiştir. SNP, 1970 genel seçimlerinde %11 oranında oy almış ve o dönemden bu yana İskoç milliyetçiliğinin yükselişinin de etkisiyle İskoç siyasetinde etkisini artırarak devam ettirmiştir (McTavish, 2016: 59). Kuzey Denizi'nde 1970'lerde petrol bulunmasıyla halkın ayrılıkçı partilere olan desteği artmıştır. Petrol gelirlerini bağımsız bir şekilde kontrol edemeyen İskoçya ayrıca o dönemde sanayi alanında bir çöküş yaşamıştır. Thatcher (1979-1990 Birleşik Krallık Başbakanı) döneminde yaşanan ekonomide liberalleşme dalgası ve maden sektöründe benimsenen politikalar İskoç sanayisinin beşte bir oranında küçülmesine neden olmuştur. Ayrıca 1973 yılında ortaya çıkan ekonomik krizin etkilerini azaltma vaadiyle yönetime gelen Thatcher'ın yerel yönetimlere yapılan mali yardımları büyük ölçüde azaltması ve yerel yönetimleri sıkı bir şekilde kontrol altına alması İskoçya'nın ve diğer yerel yönetimlerin tepkisine yol açmıştır. SNP'nin favori ülkesi ise, gelirlerini bağımsız sosyal fonlarıyla muhafaza eden Norveç olmuştur (Jack, 2021).

Bölgedeki değişimlere paralel olarak Avrupa'da artan dikey demokratikleşme, yükselen kişisel özgürlükler ve küreselleşme, İskoçya'yı da etkilemiştir (Massetti ve Schakel, 2020). Elbette bunda, Birleşik Krallık'ın 1973'te Avrupa Ekonomik Topluluğu'na üye olmasının etkisi olmuştur (Nairn, 2003). Tüm bu gelişmeler İngiliz Hükümeti üzerinde bir baskı yaratmıştır. Kilbrandon Komisyonu (Birleşik Krallık, İngiliz Adaları ve kurucu ülkelerin anayasalarının yapısını incelemek için kurulmuş Kraliyet Anayasa Komisyonu) 1974'te yetki devri ilkesini onaylayan ve İskoç Parlamentosu'nun

kurulmasını öneren bir rapor yayınlamıştır. İngiliz Parlamentosu'nun verdiği yetki devriyle, İskoçya Bakanlığı bünyesindeki sağlık, eğitim, konut, yargı konulu ve sosyal içerikli haklar yerel parlamentoya devredilmiştir (The Scottish Parliament, 2018).

İskoç Parlamentosu'nun orantılı oylama sistemi tek bir partinin çoğunluğu elde etmesini zorlaştıran bir sistem olmasına rağmen SNP, 2007 yılında parlamentoda en fazla koltuğa sahip parti olarak azınlık hükümeti kurabilmiş ve sonrasında 2011 Holyrood (İskoç Parlamentosu) seçimlerinde çoğunluğu kazanarak İskoçya'nın en büyük partisi olmuştur. Temel hedefi anayasa değişikliği ve bağımsızlık olan SNP'nin bu galibiyeti daha önce 1910 yılında İrlanda milliyetçisi Redmond'ın başarısı dışında Westminster'da görülmemiş bir başarıdır (McTavish, 2016). SNP'nin parlamentoda gücü elde etmesinin öncesinde, sekiz yıllık bir süreçte, AB ile ilişkiler, İskoç İşçi Partisi'nin Birleşik Krallık İşçi Partisi'nin etkisi altındaki resmi olmayan ilişkileriyle sürmüştür. Dönemin SNP lideri Alex Salmond, artık *büyük abi* ile tartışmamak için dikkatli olmak yerine İskoçya'nın çıkarlarına odaklanacaklarını ifade etmiştir (Cairney, 2012: 231-234).

SNP, 2011 yılında tek başına hükümeti kurduktan bir yıl sonra İngiliz ve İskoç Hükümetleri arasında varılan Edinburgh Antlaşması'yla saklı meseleler arasında olan referandum hakkı, İskoç Parlamentosu'na geçici yetkili unvanıyla verilmiştir (Saylan, 2017: 11). İngiliz ve İskoç yönetimleri arasında 2012 yılında referandum tarihini belirlemek için bir anlaşmaya varılmıştır. Bir yıl sonra referandum için Birleşik Krallık Başbakanı David Cameron ve İskoçya Birinci Bakanı Salmond, İngiliz Parlamentosu'nun onayının bulunduğu bir taslak hazırlamıştır. Bunun ardından 2014'teki bağımsızlık referandumuna katılım %84 olmuş ve %55,30 hayır, %44,70 evetle İskoç seçmeni Birleşik Krallık'tan ayrılmaya *şimdilik* yeteri kadar destek vermemiştir (BBC, 2014). Alex Salmond, referandumu İskoçların İngilizleri yendiği ünlü Bannockburn Savaşı'nın 700. yıl dönümünde gerçekleştirerek milliyetçi duygulardan yararlanmayı hedeflemiştir. Öğrencilik yıllarından beri bir *asi* olarak ün kazanan Salmond, SNP'nin daha saldırgan ve radikal olması için çağrı yapan üyelerinden biri olduğu için partiden ihraç edilse de kısa sürede tekrar SNP'nin önde gelen liderlerinden olmuştur (Kellner, 2021). Bağımsız İskoçya'nın köklü tarihini bir retorik olarak kullanan Salmond, 2021'de kurduğu Kelt dilinde İskoçya anlamı taşıyan radikal ayrılıkçı *Alba* Partisi'yle bağımsızlığı savunmayı sürdürmektedir.

Tablo 1. Birleşik Krallık Genel Seçimlerinde İskoç Partilerin Oy Oranları

Partiler	2010	2015	2017	2019
İskoç Ulusal Partisi	%19,9	%49,97	%36,9	%45
Muhafazakâr Parti	%16,7	%14,92	%28,6	%25,1
Liberal Demokrat Parti	%18,9	%7,55	%6,8	%9,5
İşçi Partisi	%42	%24,30	%27,1	%18,6

SNP, 2015 genel seçimlerinde Westminster'da İskoçya için ayrılan koltukların %50'sini alarak İskoç çıkarlarının Londra'da başlıca temsilcisi haline gelirken, İskoç İşçi Partisi oyların sadece %24,3'ünü almıştır. SNP 2019 seçimlerinde, 2017 seçimlerine kıyasla Birleşik Krallık genelinde oylarını %8'den fazla artırmış, İskoçya'da %45 oy oranına sahip olmuştur. Birleşik Krallık'taki oy oranı ise %3,9 olmuştur. Her ne kadar 2019 Birleşik Krallık Genel Seçimleri, Muhafazakarların %43,6 oranındaki galibiyetiyle sonuçlanmış olsa da İskoçya'da Muhafazakar Parti azımsanamayacak sayıda oy kaybetmiştir. İskoçya Birinci Bakanı Sturgeon, bu galibiyetin İskoç halkının çoğunluğunun

bağımsız bir ülke olarak AB üyesi olmak istemesinin bir sonucu olduğunu ve İskoçların bu talebini SNP'nin savunması gerektiğini ifade etmiştir (BBC, 2019). 7 Mayıs 2021'de gerçekleşen İskoçya yerel seçimlerinde ise parlamentoda art arda dördüncü zaferini elde eden SNP, 2007'den bu yana İskoç Parlamentosu'nu yönetmeye devam etmektedir (Scheffer ve David, 2021).

3.2. Brexit Sürecinde Artan İskoç Bağımsızlık Referandumu Talepleri ve SNP'nin Faaliyetleri

İngiltere'nin AB üyeliğinin devam edip etmeyeceğini belirlemek amacıyla yapılan 23 Haziran 2016 tarihli referandumda (Brexit Referandumu), Birleşik Krallık seçmeni %51,89 oyla AB üyeliğinin sona erdirilmesi kararına varmıştır. İskoçya %62, Kuzey İrlanda ise %55,8 oyla AB'de kalmayı savunurken, Galler %52,5 ve İngiltere %53'le ayrılma yönünde oy kullanmıştır (BBC, 2016). Birleşik Krallık içerisinde 17 milyon 410 bin seçmen ayrılma kararı verirken, 16 milyon 141 bin seçmen kalamamıştır. Sadece %1,7 oranındaki bir kitle, ayrılma değil de kalma yönünde irade gösterseydi böyle bir sonuç ortaya çıkmayacaktı (Dinç, 2019: 230).

İskoç Hükümeti, bağımsızlık referandumu sonrası koşulların Brexit nedeniyle değiştiğini belirterek ikinci bağımsızlık referandumu için bölgesel yönetime yetki devredilmesi çağrısı yapmaktadır. Ancak İngiltere Başbakanı Johnson, bağımsızlık referandumunun her nesilde bir defa tekrarlanması gerektiğini ve kırk yılda bir yapılacak referandumun iyi bir ölçüt olacağını ifade etmiştir (Forrest, 2021). Johnson'un bu açıklaması, kendi yönetiminde gerçekleşecek bir ayrılığı yönetememe kaygısıyla bağımsızlık referandumunu erteleme çabası olarak yorumlanabilir. İskoçya Yasası'nın 30. maddesi, referandum için İngiliz Parlamentosu'ndan izin alınması zorunluluğundan bahsetmektedir (Torrance, 2019). İngiliz Parlamentosu'nda 650 koltuktan 365'inin Muhafazakâr Parti'ye ait olması referandum yetkisinin İskoç Parlamentosu'na devredilmesini zorlaştırmaktadır (UK Parliament, 2021). Bu nedenle SNP, Birleşik Krallık Hükümeti'nin rızası olmadan bağımsızlık referandumu tasarısını İskoç Parlamentosu'ndan geçirmenin ikinci planları olduğunu açıklamıştır. Bu durumda, 30. maddenin geçerli olup olmadığına Birleşik Krallık Anayasa Mahkemesi karar verecektir. Önemli bir şekilde, böylesi bir referandumun 2017 Katalonya Bağımsızlık Referandumu gibi uluslararası arenada destek görmeyeceği konusunda endişelidir. SNP'nin de AB ve diğer uluslararası aktörlerin tanımadığı bir referandum gerçekleştirme konusunda ihtiyatlı davrandığı görülmektedir. Birleşik Krallık'ta kalma taraftarı olan İskoç Muhafazakâr Parti, *wildcat* (tek taraflı, yasa dışı) referandumun hem İskoçya hem de Birleşik Krallık için kayıplara yol açacağını savunmaktadır. İskoç İşçi Partisi ise daha fazla özerkliğin getirilmesi gerektiğini savunurken ikinci bağımsızlık referandumuna destek vermemektedir. Öte yandan İskoç Parlamentosu'nda SNP ve İskoç Yeşilleri milletvekillerinin çoğunlukla yer alması demokratik bir şekilde seçilmiş milletvekillerine karşı referandumu hayır denmesini zorlaştıracaktır (Forrest, 2021).

Bağımsızlığın getireceği ekonomik ve sosyal değişimlere değinilmesi de önemlidir. Bağımsızlık referandumuna gidildiği takdirde, zaten Brexit'le sıkıntıya giren İngiltere ve İskoçya ekonomileri yeni olumsuz gelişmelerle karşı karşıya kalacaktır. İskoçya ekonomisi Brexit sürecinde gerilemiş ve 2019 yılı boyunca İskoçya GSYİH %0,7 büyüme ile Birleşik Krallık'ın %1,4 oranındaki büyümesinin gerisinde kalmıştır (Scottish Government, 2020). Ekonomistler ve piyasa uzmanları, 2019 ve 2020 yılları arasında Birleşik Krallık ekonomisine %8 oranında katkı sağlayan İskoçya'nın referandumu gitmesinin İngiltere piyasası için azımsanamayacak riskler içerdiğini düşünmektedir (Keep, 2020). Çünkü Kuzey Denizi'nde bulunan petrol yatakları, tekstil, viski, bankacılık ve finans gibi sektörleriyle İskoçya, Britanya için göz ardı edilemeyecek bir ekonomik

büyüklüğe sahiptir. İskoçya tarafından bakıldığında ayrılma durumunda, bütçe açığının giderek artmasıyla yeni finansman arayışlarına gitmek gerekecektir. AB ve EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Birliği) ise önemli iki alternatif olarak görülmektedir (MacAskill, 2021).

Londra'nın, İskoçya'nın çıkarlarını göz ardı ederek yürüttüğü Brexit sürecinin sonuçlarına kayıtsız kalmak istemeyen SNP, artık İskoçya'nın bağımsız olmasından başka bir seçeneğinin kalmadığını ileri sürerek partinin internet sitesinde İskoçya'ya güvencesi verilmiş sözlerin tutulmadığını bazı örneklerle yer vererek açıklamıştır (Stando, 2020). Gençlerin yurt dışında eğitim almalarına fırsat tanıyan Erasmus+ programının bir yıl önce İskoç Muhafazakâr Parti eski lideri Carlow tarafından devam edeceğinin açıklanmasına rağmen Birleşik Krallık'ın programdan ayrılması örnek gösterilmiştir. SNP bu kararı gençlere sunulan önemli bir fırsatın terk edilmesi ve verilen vaatlerin tutulmaması olarak yorumlamıştır (Stando, 2020). Bu açıklamada Avrupa gençlik projelerine olan ilgi belirtilerek gençlerin desteğinin alınması hedeflenmiştir. Uzlaşmaya varılmayan bir başka konuya balıkçı tekneleri olmuştur. SNP, AB balıkçı teknelerinin Birleşik Krallık'ın iki yıllık geçiş döneminde, en az beş yıl ve belki de daha uzun sürecek İngiltere sularına ulaşım hakkını elde etmesini eleştirmektedir. Bu karara öncesinde büyük bir tepki gösteren ve Birleşik Krallık'ın balıkçılık yaptığı suları tamamen kontrol etmesi gerektiğini savunan İskoç Muhafazakâr Parti liderleri Douglas Ross ve John Lamont durumun İskoçya'ya ihanet olacağını söylemiştir. Fakat ilerleyen süreçte Johnson'ın Brexit kararını ve AB'nin balıkçılık yapılan sulara erişimini desteklemişlerdir (Stando, 2020). SNP'nin Brexit Anlaşması'yla ilgili eleştirdiği bir başka konu, İskoç çıkarlarının göz ardı edilmesinin aksine Kuzey İrlanda'ya sunulan *fırsatların* bolluğudur. SNP'ye göre Kuzey İrlanda, Johnson'ın *Brexitinde* deyimim tam anlamıyla *iki dünyanın da en iyisi* muamelesi görmektedir. *Sert Brexit*, AB'den ayrılırken yumuşak bir çıkışın gerçekleşmediğini açıklamak için kullanılmaktadır. Böylelikle Birleşik Krallık, sadece AB değil, Ortak Pazar, Gümrük Birliği ve AB Adalet Divanı'nından da ayrılacaktır (Dinç, 2018: 19). İskoçya'yı AB'den tamamen uzaklaştıran *Sert Brexit'e* rağmen Kuzey İrlanda'ya Birliğin tek pazarına özel erişim ve diğer bazı fırsatların sunulması SNP'ye göre kabul edilemez bir çifte standardı göstermektedir (Stando, 2020).

Bu açıklamalar ve hedefler SNP'nin bağımsızlık referandumuna meşruiyet kazandırmak için ileri sürdüğü argümanlardır. SNP bu açıklamalarla sadece İngiliz Hükümeti'ne karşı değil İskoç Parlamentosu içerisindeki İskoç Muhafazakârlar gibi muhalefet parti liderlerinin de İskoç çıkarları konusunda sözlerinde durmadıklarını göstererek İskoç halkın desteğini almayı hedeflemektedir.

4. Katalan Bağımsızlık Hareketi

4.1. Bölgenin İç Dinamikleri ve Tarihsel Arka Planı

İspanya'nın 17 özerk bölgesinden biri olan, 7 milyon 725 milyon ile %15'lik nüfusunu kapsayan Katalonya, İber yarımadasının kuzey doğusunda konumlanmış 32,113 km'lik bir alanı kapsamaktadır. 2019 verilerine göre 249 milyar avro GSYİH ve 32,7 bin avro kişi başı GSYİH ile İspanya GSYİH'sının beşte birine sahiptir (Statista, 2021). Yunanistan'dan daha fazla geliri olan Katalonya, İspanya'nın Madrid'den sonra en zengin ikinci bölgesidir. Özerk bölgeler arasında Katalonya, Galisya ve Bask Bölgesi tarihleri ve kültürleriyle doğal oluşumlar, diğer bölgeleri ise Madrid tarafından yaratılan suni bölgeler olarak kabul edilmektedir (Yıldız, 2011: 187). İber yarımadasının nispeten dağlık coğrafyasında yer alan İspanya, Avrupa'nın diğer kesimlerine göre etnik ve kültürel olarak çoğulcu ve bölgesine bağlı bir toplumsal yapılanmaya sahiptir.

Bölgedeki milliyetçilik hareketi, Katalonya'nın İspanya'dan bağımsızlığını veya daha fazla özerkliğini talep eden politik bir harekettir. Özellikle 19. ve 20. yüzyılda

İspanya'nın sanayileşme sürecinde merkez olarak dünyanın çeşitli yerlerinden göçmen çeken Barselona'da milliyetçilik zamanla yükselmiştir. Bünyesinde teröristleri ya da gerilla gruplarını uzun süre barındırmadığı için Bask bölgesindeki ayrılıkçılık hareketinden farklıdır ve İskoçya'yla benzerlik gösterir. Bölgenin milliyetçilik hareketleri her ne kadar 1939-1975 yılları arasında İspanya'yı diktatörlükle yöneten Francis Franco'nun ölümünden sonra elde edilen özerklikle ses getirse de bölgenin özerkliği 15. yüzyılda Aragon Krallığı'nın Kastilya Krallığı'yla birleştiği İspanya'nın kuruluşuna kadar dayanır. Bu birleşmeyle Aragon Krallığı'nda Katalonya'nın da dâhil olduğu bazı bölgeler, kendi bazı kanunlarını uygulamaya devam etmişlerdir. İspanya, Franco dönemi hariç hiçbir zaman mutlak bir merkezîyetçi yönetim anlayışına sahip olmamıştır. Diğer Avrupa devletlerine göre nispeten daha erken kurduğu merkezîyetçi monarşi geleneğiyle İspanyol devleti, daha 15. yüzyılda imparatorluk öncesi geleneklerin yaşatılmasına imkân vermiş ve kent güçlerinin direnişiyle karşılaşmadığı sürece bölgelerin iç işlerine müdahalede bulunmamıştır. 1812 Cadix Anayasası'yla yasallaştırılan il ve belediye gibi ikili merkezi sistem, İspanya'nın konfederal yapısını 1978 Anayasası'na kadar ayakta tutmuştur. Katalonya ve Bask bölgelerinde 20. yüzyıl başlarında milliyetçilik akımları halktan destek alarak büyüme göstermiş, 1931'de İkinci Cumhuriyet'le yerele ait tüm konuların yerel yönetimlere verilmesi ve bölgelerin özerkliklerinin tanınması kararı alınmıştır (Yıldız, 2011: 178-181).

Katalonya, 1931-1939 yılları arasındaki İkinci Cumhuriyet'te elde ettiği ve İspanya Meclisi tarafından onaylanıp yürürlüğe giren 1932 Katalonya Özerklik Statüsü ile özerklik kazanmıştır (Balcells ve Walker, 1996: 96). *Generalitat de Catalunya* yerel bir hükümet olarak faaliyet göstermiştir. Fakat yeni siyasal yapılanmaya yönelik tepkiler büyüyerek iç savaşa neden olmuştur. Özerklik statüsü, demokratik seçimi savunan Cumhuriyetçiler ve Franco liderliğindeki milliyetçiler arasında 1936-1939 yıllarındaki iç savaşa kadar sürmüştür. Franco ve taraftarlarının zaferiyle sonuçlanan iç savaş sonrasında infaz ve tutuklamalar artmış, sıkı askeri kontrol döneminde özgür sendikalar da kaldırılmıştır. Katalonya ve Bask bölgeleri kendi kimliklerinin işaret ve sembollerıyla daha yeni kazandıkları özerklik statülerini kaybetmişlerdir (Thomas, 2012: 10). Franco dönemindeki siyasî baskılar ve Katalanca konuşma yasağı nedeniyle toplumda ayrılıkçı hareketler artmıştır (NTV, 2019). 1975'te Franco'nun ölümüyle, demokrasiye kontrollü bir geçiş süreci başlamış ve Katalan siyasî partileri oluşmaya başlamıştır. Katalan yönetiminin temsilcisi olan *Generalitat de Catalunya* (135 kişilik Katalonya Parlamentosu ve Katalonya Hükümeti'nden oluşmaktadır.) tekrar kurulmuş ve Katalan ılımlı milliyetçileri yapılan ilk seçimlerin galibi olmuştur (Greer, 2007: 93).

1978 Anayasası ile İspanya yönetimi, kısa sürede dikta rejiminin kalıntılarını yok etmeyi başarmış ve Avrupa tarzı liberal değerleri benimseyerek refah devleti olma yoluna girmeye çabalamıştır. Bununla beraber Avrupa Topluluğu'na üyelik süreci de hızlanmıştır. Katalonya, tekrar özerkliğe kavuşmuş ve kendi meclisi de dâhil olmak üzere yerel kurumlarını inşa etme sürecine girmiştir. Bu anayasa İspanya'nın demokratikleşme sürecinde gizli bir federal yapılanmaya gittiği iddia edilmiştir. Fakat İspanya Parlamentosu'nda özerk bölgelerin etkisi aslında oldukça sınırlıydı ve bölgeler esasen senato kararlarında daha etkiliydi. 1978 Anayasası ile Katalonya bölgesi diğer bölgeler gibi özerklik kazanmış olsa da bağımsızlığın önündeki en büyük engel yine aynı anayasa olmuştur. Anayasanın 2. maddesinde İspanya'nın bölünmez bütünlüğüne yapılan atıfta ülke içindeki bölgelerin self determinasyon ilkesi bağlamında bağımsızlık iddiaları yasadışı ilan edilmekte ve İspanya'nın ulusal çıkarlarının korunması adına, gerektiğinde bölgelerin özerklik statüsünün kısmen veya tamamen askıya alınmasına izin verilmektedir (The Spanish Constitution, 1978).

Katalan bağımsızlığını savunan muhafazakâr *Convergence and Union* (CiU) partisinin lideri Jordi Pujol, Katalonya'nın ilk bölgesel seçimlerinde iktidara gelerek 19 yıl

boyunca bölgesel seçimleri kazanmış ve 23 yıl boyunca bölgeyi yönetmiştir. Daha sonra *İspanya Sosyal Demokrat Parti*'nin (PSOE) kardeş partisi olarak görülen üç partinin birleşmesiyle oluşmuş, İspanya birliğini savunan *Katalonya Sosyalist Parti* (PSC-PSOE) popülarite kazanmış ve 20 yıl sonra, 2003'te, CiU hükümetten çekilmiştir. Fakat İspanya'da 2000-2004 yılları arasında etkili olan merkez sağ hükümetin özerk bölgelerin yetkilerini sınırladığı politikaları özerklik taleplerini yeniden artırmıştır (Yıldız, 2011). Sonraki merkezi yönetimler bu stratejiden uzak daha ılımlı politikalara yönelmiştir. Artan taleplerle 1979'daki özerklik statüsünü genişleten 2006 Katalonya Özerklik Statüsü için referandum gerçekleştirilmiş, %79,3 evet alınmıştır ve İspanya Ulusal Meclisi tarafından onaylanmıştır (BBC, 2006). Ancak statü kabul edildikten dört yıl sonra İspanya Anayasa Mahkemesi tarafından bazı kısıtlamalar getirilmiştir. Sonraki dönemde de tekrarlanmak istenen ve bağımsızlık gayesi güden referandumların tümü Anayasa Mahkemesi tarafından yasadışı ilan edilmiştir. Mahkemenin bu kararı dönemin Katalonya Başkanı Mas'ın bağımsızlık yanlısı liberal partisinin (*PDeCat*) çoğunlukla yeniden seçilmesi ve bağlayıcı olmayan iki soruluk bir bağımsızlık referandumu gerçekleştirilmesinin önünü açmıştır. Katılımın %37 olduğu referandumda ilk soru "Katalonya'nın *bir devlet* olmasını istiyor musunuz?" iken, bu soruya evet cevabını verenler ikinci soruya geçmişlerdir: "Katalonya'nın *bağımsız bir devlet* olmasını istiyor musunuz?". İki soruya da %80 oranında evet denmesi sonrası Mas bağlayıcı bir referandumun gerekliliğinden söz etse de 2015 yılında gerçekleştirilen seçimde Girona Belediye Başkanı Puigdemont başkanlığa gelmiştir. Puigdemont'un popüler olmadan çok önce de bağımsızlık referandumunu destekleyen ve Katalan bağımsızlığına kendini adanmış siyasetçi kimliğe sahip olduğu bilinmekteydi. Bağlayıcı bir bağımsızlık referandumu gerçekleştireceği sözünü veren Puigdemont'un girişimleri destek bulmasına rağmen, anayasa tarafından kesinlikle yasadışı ilan edilen referandumun tanınmayacağı ve referanduma katılımın düşük olacağı o dönemde de tahmin edilmekteydi (Calamur, 2017).

4.2. Katalonya Bağımsızlık Referandumu ve Sonrasındaki Gelişmeler

Katalonya Parlamentosu'nda self determinasyon hakkı kapsamında Referandum Yasası onaylandıktan sonra, 1 Ekim 2017'de seçmene "Katalonya'nın cumhuriyet biçiminde *bağımsız bir devlet*" olmasını isteyip istemediklerinin sorulduğu, meşruiyeti tartışmalı tek taraflı bir bağımsızlık referandumu düzenlenmiştir. İspanya Anayasa Mahkemesi, referandumu yasadışı ilan etse de katılımın %42,3 olduğu referandumda %90 oranında evet oyu çıkmış ve Katalonya tek taraflı bağımsızlığını ilan etmiştir. Katalonya'nın bağımsızlık referandumu İskoçya'nın 2014 yılında gerçekleştirdiği referandumdan farklılık göstermektedir. Çünkü İskoçya'daki referandum Londra'nın onayıyla yapılmıştı. Referandumun tartışmalı diğer bir yönü ise oylamaya katılım oranı olmuştur (BBC, 2017). Bu durum hem merkezi hükümet hem de diğer ülkeler nezdinde, AB'ye üye ülkeler dahil, kabul edilebilirliği konusunda soruna yol açmıştır. Referandum üzerine hükümet oldukça sert kararlar almış, hareketin liderleri sürgüne gönderilmiş, yargılanmış ve liderlerin Avrupa ve Katalonya Parlamentosu'nda söz hakkı almasının önü olabildiğince kesilmiştir. Alınan kararlar İspanya siyasetinde dengesizliği artırmıştır. Kasım 2019 genel seçiminde Madrid Parlamentosu'nda, Sosyalist İşçi Partisi (PSOE) %28,0 oy alarak ilk sırada yer alırken, muhafazakâr Hristiyan demokrat Halk Partisi (PP) %20,8 ile ikinci sırada ve aşırı sağ parti olan Vox, %15,1 oy oranıyla üçüncü en büyük parti olarak yerini almıştır. Ülkenin demokrasiye geçişinden 40 yıl sonra ilk defa aşırı sağ bir parti İspanya yasamasında yer almıştır. Seçimdeki oy oranları incelendiğinde Katalonya'da bağımsızlık isteminin ardından İspanya'da bir tepki oluştuğu ve İspanyol milliyetçiliğini savunan ulusal muhafazakâr sağ partilerin yükselişe geçtiği görülmektedir. Referandum sonrası İspanya ve ayrılıkçı gruplar arasındaki gerilim

soğumamış ve İspanya siyasetinde krizlerin önü kesilememiştir. İspanya dört yıl içerisinde dört genel seçim gerçekleştirmiş fakat parlamentoda partiler arasında dengeli iktidarın kurulması mümkün olmamıştır (Oliveira, 2020:3).

Referandum ülkede sadece siyasi krize yol açmamış ekonomik olarak da Katalonya'daki şirketlerin ve bankaların bazı önlemler almasını gerektirmiştir. İspanya Hükümeti'nin bölgenin özerk yetkilerini askıya alarak polis müdahalelerini devreye sokması ve Katalonya'nın bağımsız olduğu takdirde AB üyesi olup olmayacağını belirsizliği, Katalonya'daki banka ve özel şirketlerin merkezlerini Madrid'e taşımalarına neden olmuştur (Oliveira, 2020:3).

Tablo 2. İspanya Genel Seçimlerinde Katalan Partilerin Oy Oranları

Partiler	2011	2015	2019 Nisan	2019 Kasım
ERC-SOBIRANTES	%7	%17,99	%24,61	%22,54
PSC-PSOE	%26,66	%15,69	%23,21	%20,50
ECP-GUANYEM EL CANVI	-	%24,71	%14,85	%14,17
JUNTS PER CATALUNYA	-	-	%12,08	%13,68
CiU	%29,35	-	-	-

Tablo 2'den de anlaşılacağı üzere, Katalan siyasetinde çeşitliliği gözetilen bir yapı mevcuttur. İspanya'da 2015 seçimleriyle 2019 seçimleri karşılaştırıldığında, Katalan ayrılıkçıların oy oranlarını %32'den %39'a yükselttiği görülmektedir. Ancak kazanan, radikal ayrılıkçılardan ziyade nispeten ılımlı parti olan ERC (*Republican Left of Catalonia*) olmuştur. Lideri Oriol Junqueras'ın hapiste olduğu bağımsızlık yanlısı sosyal demokrat parti ERC, 350 üyeli İspanya Parlamentosu'nda (9 koltuk artırarak) 15 koltuk edinmiştir. Eski Katalan Başkan Puigdemont'un partisi liberal ayrılıkçı Together for Catalonia (*Junts Per Catalunya*) ise 2016 yılına göre 1 koltuk kaybederek 7 koltukla parlamentoda yerini almıştır. Puigdemont'un Brüksel'e sığınarak referandumdan sonraki süreci iyi yönetememesi partinin destek kaybetmesine neden olmuştur. 2019 seçimlerinde ikinci olan ve İspanyol birliğini savunan Sosyalistler (*PSC - Socialists' Party of Catalonia*) 2016 yılına göre 5 koltuk daha az alarak 12 koltuğa düşerken, Katalan toplumun İspanyol birliğini savunan kesimin küçümsenecek bir azınlık olmadığı görülmektedir. Katalonya'nın self determinasyon talebini destekleyen fakat tam bağımsızlığı savunmayan sol kanat partilerin oluşturduğu koalisyon In Common We Can (*En Comu Podem*) ise 12 koltuktan 7 koltuğa düşmüştür. Tüm bu gelişmeler sürerken Sosyalistler ve Podemos partisi 2017 referandum krizini yatıştırmak istemekte ve ayrılıkçılık taleplerini yumuşatmaktadır. Katalonya'da ılımlı havanın baskın olduğu ve tüm bu bağımsızlık tartışmalarının yatıştırılması için toplumda genel bir istek olduğu görülmektedir.

ERC, başarısız bağımsızlık referandumundan sonra kendine anayasal yollardan yürütebileceği uzun vadeli bir bağımsızlık stratejisi çizmiştir. 2019 referandumunu sonuçları, ERC'nin bu stratejisinin toplum tarafından desteklendiğini kanıtlar niteliktedir. Bu süreçte ERC, Madrid ile müzakereler yürütüp İspanyol hukukuna uygun olarak hedeflerini gerçekleştirmek istediklerini ve merkezi hükümete karşı gelmek yerine diyalog için çaba harcayacaklarını ifade etmiştir (The Local, 2019).

Sonuç olarak, Katalan bağımsızlık referandumu sonrasında radikal ayrılıkçı partiler koltuk kaybetmiş, hükümetle diyaloga giren ılımlı partiler güç kazanmıştır. Katalan halkının bağımsızlık sürecini İspanya Hükümeti'yle ve İspanya Anayasası'yla uygun olarak yürütmek istediği görülmüştür. Katalan halkı, hükümetle diyaloga girmeden bağımsızlığın gerçekleşmeyeceğine veya gerçekleşse dahi uluslararası tanınmanın mümkün olmadığına ikna olmuş görünmektedir.

5. Katalan ve İskoç Bağımsızlık Hareketlerinin Karşılaştırması

Katalanlar ve İskoçlar buldukları topraklar üzerinde zaman zaman baskı görmüş olsalar da uzun yıllar kendi bölgelerinde huzur ve barış içerisinde yaşayabilmişlerdir. Bu iki ulus halen demokratik ülkeler içerisinde geniş özerk haklara sahip olarak varlıklarını sürdürmektedir. Buna rağmen Avrupa içerisinde diğer uluslardan farklı olarak bu iki bölge ayrılma yönünde daha kuvvetli toplumsal mutabakat sergilemektedir. Ulusların içinde bulunan devlet altı ayrılıkçı gruplar ve partiler, geçmişteki politik çekişmelerle güncel ekonomik ve siyasi krizleri bir araya getirmektedirler. Bu hedef çerçevesinde milliyetçi tutkuları hareketlendirerek tek bir bağımsız devlet içerisindeki aidiyet, ekonomiye ve toprağa bağlılık gibi karmaşık bağımlılıkları azaltmaya çalışmaktadırlar.

Katalonya ve İskoçya'nın devlet altı kurumsallığı, imparatorluk geçmişleri, demokratik siyasi sistem içerisindeki faaliyetleri ve Avrupa içerisinde yer almaları nedeniyle birbirlerine benzedikleri görülmektedir. Bu bağlamda Katalonya ve İskoçya'daki ayrılıkçılık hareketleri bir diğerini etkileme gücüne sahiptir. Öte yandan hukuksal mekanizmaları, ekonomik kapasiteleri, kamu diplomasisi politikaları, güncel krizlerle değişen yapıları, merkezi hükümetlerle aralarındaki ilişkiler ve siyasi istikrarları incelendiğinde farklı oldukları görülmektedir. Sonuçta tüm bu benzerlik ve farklılıkların ötesinde, aşağıda açıklanan faktörlerle bu bölgeler sadece bağlı oldukları merkezi hükümetlerde değil uluslararası kamuoyunda da diğer devlet altı hareketlere kıyasla daha fazla ses getirmeyi başarmışlardır.

5.1. Kamu Diplomasisi Faaliyetlerinde ve Kamuoyu Araştırmalarında Bağımsızlık Hareketi

Kamu diplomasisi, Katalan ve İskoç gibi bağımsızlık talebi olan uluslarda oldukça önemlidir. Bu uluslar güçlü bir kimlik algısı yaratabilmek amacıyla farklı ülkelerde kendilerini duyurarak sahip oldukları siyasi etkiyi artırmayı hedeflemektedirler. Bu doğrultuda Katalonya'nın kamu diplomasisi anlayışı spesifik bölgelere ve aktörlere odaklanan pragmatik bir dış politika aracı olarak görülmüştür. Merkezi hükümet tarafından birçok serbestlik tanınan Katalan Hükümeti ve Katalonya Parlamentosu'nun teşviyle geliştirilen halkla ilişkiler birimleri, yabancı kamuoyunu etkilemek amacıyla yeni kanallar oluşturmuştur. Katalanların dışarıda seslerini duyurabilmeleri için elçiliklerin açılmasına önem verilmektedir. Katalan elçilikler Berlin, New York, Roma, Washington gibi büyük şehirlerde yer almaktadır (Gencat, 2021).

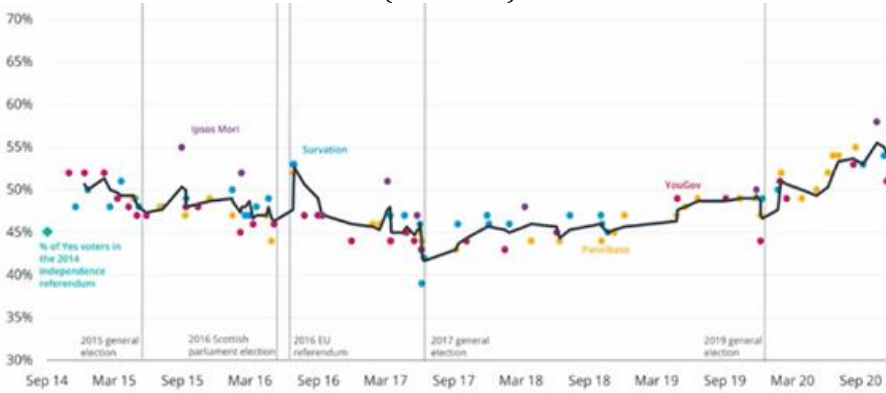
İskoçya ise kamu diplomasisi faaliyetlerini daha ziyade ülke içerisinde kullanmaktadır. Bağımsızlık isteğini ölçen anketlerde özellikle 2014 yılından sonra halkın bağımsızlık talep eden ve etmeyen kesimi arasında çok az bir fark olduğu görülmektedir. Bu nedenle bağımsızlık yanlısı ve karşıtı tarafların kamu diplomasisini nasıl kullandığı önem teşkil etmektedir. Örneğin 2012 yılında SNP, İskoç Yeşilleri ve Sosyalist Parti'nin yürüttüğü *Yes Scotland (Evet İskoçya)* ve buna karşı İskoç Muhafazakâr, Liberal Demokrat ve İşçi Partisi'nin yürüttüğü *Better Together (Birarada Daha İyi)* kampanyalarının, İskoç kamuoyunu ve 2014 referandumunu etkilediği düşünülmektedir. Kampanyalarda üzerinde durulan kritik konular petrol ve gaz kaynakları olmuştur. Ülkedeki enerji kaynakları toplumun algısını değiştirmeye yönelik bir araç olarak kullanılmıştır. Çünkü İskoçya, Birleşik Krallık'ın ihtiyacı olan petrol ve gazın %80'ini karşılamaktadır. *Yes Scotland* kampanyası elde edilen bu gelirin sosyal ihtiyaçlar için kullanılması gerektiğine vurgu yaparken; *Better Together* kaynakların kıtlığından bahsederek bu kaynakların İskoçya ekonomisini geçindirecek yeterli kapasiteye sahip olmadığını savunmaktadır. Diğer çatışma noktası ise İskoçya'nın AB üyeliği konusu olmuştur. *Better Together*

kampanyası ayrılmadan kaynaklı İskoçya'yı bekleyen ekonomik belirsizlikler üzerine izlediği stratejiyle İskoç kamuoyunu kendi yanına çekme konusunda başarılı olmuş ve bu gelişme 2014 yılında gerçekleştirilen referanduma yansımıştır. Ayrıca İskoç ve İngiliz Hükümeti arasındaki sistematik ilişki, İskoçya'nın kültürel özerkliğini yayma hedefini sınırlandırmıştır. Öte yandan Katalonya, İskoç ve İngiliz Hükümetleri arasındaki dengeli ilişkiyi İspanya Hükümeti'yle sürdürme kaygısı gütmemiştir.

Kültürel politikalar analitik kategorilere göre incelendiğinde İskoçya ve Katalonya'nın farklı öncelikleri olduğu görülmektedir. İskoçya temel anlamda yaratıcılık, sanat, eğitim ve katılım üzerinden kültürel etkinliklerin artırılmasına öncelik verirken Katalonya, ekonomi ve sermayelerin dağılımı üzerinden kültürünü yaymayı hedeflemiştir. Katalanlar süreç boyunca çeşitli kamu diplomasisi aktörlerine odaklanıp bu doğrultuda vizyonlarını geliştirirken, İskoçların çabası Katalanlarla karşılaştırıldığında geri planda kalmıştır. Örneğin İskoçlar, British Council Scotland gibi İskoçya'nın eğitim ve kültürünü tanıtmak amacıyla oldukça önemli olan bu kurumdan yeterince yararlanamamıştır. Çünkü British Council, Birleşik Krallık'ın tanıtılması için öne çıkan önemli bir kurumdur. İskoçya'nın diplomatik misyonlarının da Birleşik Krallık'ın elinde olması kamu diplomasisi çalışmalarının yapılmasını sınırlandırmaktadır. Katalanların ise Barcelona Futbol Kulübü gibi kullanabilecekleri güçlü bir kamu diplomasisi aracına sahip olduğu ve yabancı kamuoyunu etkilemede bu aracı başarılı bir şekilde kullandığı görülmektedir. Merkezi hükümetler bakımından kıyaslandığında ise Birleşik Krallık Hükümeti, İspanya Hükümeti'nden daha başarılı bir kampanya yürüterek çok daha yumuşak bir strateji ve diplomatik üslup ile İskoç halkını etkileyebilmiştir. (Cebeci, 2019: 86).

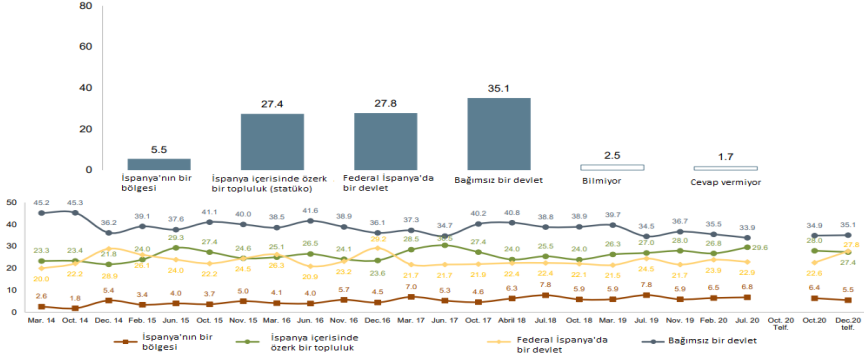
Düzenli olarak gerçekleştirilen bağımsızlık referandumlarına yönelik kamuoyu araştırmaları da seçmenin zaman içerisinde değişen ve dönüşen eğilimlerinin değerlendirilmesi için önemli veriler sunmaktadır. İki bölgedeki 2014 sonrası kamuoyu araştırmaları incelendiğinde bağımsızlığa yönelik tutumlarda ciddi farklılıklar olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Kamuoyu Araştırmalarında İskoç Bağımsızlık Referandumu Talepleri (2014-2020)



Kaynak: İskoçya ne düşünüyor oylamalarında Institute for Government analizi. Suration, YouGov, PanelBase ve Ipsos Mori oy sonuçlarının özeti. Not: Bazı oylamalar 16 ve 17 yaşındaki katılımcıları da kapsamaktadır. Bilmiyorum cevabı sonuçlardan çıkarılmıştır.

Tablo 4. Katalonya'nın Statüsüne İlişkin Kamuoyu Oylamaları (2014-2020)



Kaynak: Centre d'Estudis d'Opinio, Soru 17: Katalonya'nın olmasını istiyor musunuz?

Tablo 3 ve 4'de görüldüğü üzere farklı şirketlerin düzenli olarak gerçekleştirdiği anketlerde, İskoç ve Katalan halkın 2014'ten 2020 yılına kadar bağımsızlık konusunda ne düşündükleri medyaya sunulmuştur. Birinci grafik, bağımsız bir düşünce kuruluşu olan *Institute for Government*'ın çeşitli akademisyen ve araştırmacılarla gerçekleştirdiği yayından elde edilmiştir. Grafik, Birleşik Krallık'taki dört önemli düşünce kuruluşu olan YouGov, Survation, Ipsos Mori, Panelbase şirketlerinden veriler sunmakta ve ikinci bir bağımsızlık referandumunu isteyen İskoçların giderek arttığını göstermektedir.

Araştırmacılara göre son dönemde bağımsızlık taleplerinde artışın iki temel faktörü vardır. Birincisi İskoçların, İngiltere'nin politikaları sonucu demokrasilerinin zayıfladığını düşünmeleridir. Buna verilebilecek en güzel örnek ise Brexit'tir. Veriler 2017 yılından sonra %45'lerde seyreden bağımsızlık talebinin düzenli olarak yükselişe geçtiğini işaret etmekte ve bu grafiği Brexit Referandumu'nu takiben *sert Brexit* müzakerelerinin İskoç halkının taleplerini karşılamadığı yönünde yorumlamak mümkündür. İkinci faktör ise koronavirus salgınına Sturgeon yönetiminin Johnson yönetiminden daha başarılı yönetebilmesi olarak açıklanmıştır (Institute for Government, 2020).

İkinci grafikteki veriler Katalonya hükümetine bağlı the Centre for Opinion Studies (*Centre d'Estudis d'Opinio - CEO*) kurumunun verileridir. Katalan halkının bağımsızlık taleplerini analiz eden şirketlerin ve kurumların varlığı İskoçya'ya kıyasla çok daha sınırlıdır. Bağımsızlık konusunda oylamalar yürüten Katalonya Hükümeti'ne bağlı bu kurum, 2011'den bu yana bağımsızlık çalışmalarını tekeline almıştır. Grafikte, 2014-2020 yılları arasında Katalanların, Katalonya'nın İspanya içerisindeki statüsünün nasıl olması gerektiğine dair düşünceleri analiz edilmiştir. 2020'deki oylama sonuçları Katalonya'nın tek tarafı bağımsızlık referandumu girişiminden bu yana seçmenlerin bağımsızlık fikrine desteğinin düşüşte olduğunu göstermiştir. Bununla beraber İspanya içerisinde özerk bir topluluk olarak kalması gerektiği yönündeki eğilimde artış görülmektedir.

Grafikler karşılaştırıldığında, İskoçların bağımsızlık taleplerinin giderek artmasına karşın Katalanların daha ılımlı bir özerkliği tercih ettiği anlaşılmakta ve iki bölge arasında kamuoyunun bağımsızlık taleplerinde sürecin farklı yönlere evrildiği görülmektedir.

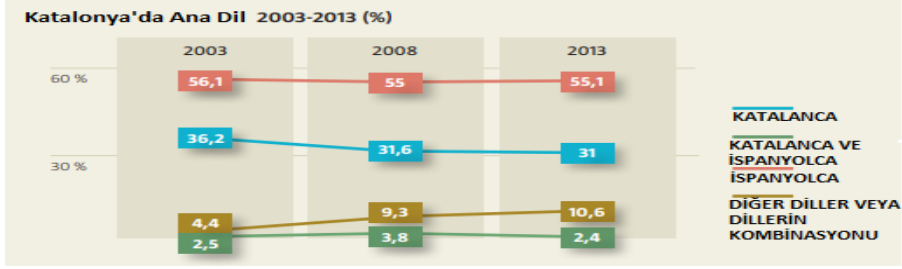
5.2. Emperyal Geçmişin Kaybı ve Devlet Altı Kurumsallaşma

Birleşik Krallık ve İspanya, emperyal bir geçmiş, monarşi mirası ve kurumsal farklılaşma gibi ortak özelliklere sahiptir. Emperyal gücün ortadan kalkması İskoçya ve Katalonya'da devlet altı milliyetçiliği artırmıştır. ABD'nin 1898'de İspanya'nın son kolonilerini ele geçirmesi, geniş pazarların ve emperyal-prestijin kaybına yol açmıştır. Katalan kapitalistler, özerklik yanlısı Katalan entelektüellerle ittifak kurmuştur. İskoç ve Gal milliyetçiliğinin yükselişi de Britanya'nın 1960'larda kolonilerini kaybetmesiyle İngiliz siyasetinde önem kazanmıştır; milliyetçi partiler bu dönemde seçimlerde ilk başarılarını elde etmiştir. Birleşik Krallık ve İspanya'da imparatorlukların yitirilmesi, geniş bir birliğe olan desteği azaltmıştır (Berwick, 2019: 12).

Çoğu Batı demokrasisinde (1993 Belçika, 1978 İspanya, 1998 Birleşik Krallık), devlet altı bölgelerin tanınması ve kendilerini doğrudan etkileyen alanlarda kendilerini yönetmeleri gerektiği kabul edilmiştir. Bu devletlerde sınırları yeniden çizme, yeni bölgesel birimler oluşturma ve önemli ölçüde özerklik sağlama süreçleri devam etmektedir. Fakat bölgelere sunulan özerklik biçimleri, bölgesel bağımsızlık taleplerini yatıştırmanın aksine, demokratik özerk yönetimlerin kurumsal çerçevelerini güçlendirmiştir (Anderson, Keil, 2016: 43). Belirtmek gerekir ki İskoç bağımsızlık hareketi, İskoçya'nın bağımsız bir ulus olması için tarihi mitlerinden faydalanabilirken, Katalonya faydalanamaz çünkü Katalonya, İskoçya'nın aksine geçmişte hiçbir zaman bağımsız bir devlet statüsüne sahip olmamıştır (Keating, 1996 :116).

Hem İspanya hem de Birleşik Krallık'ta modern ve köklü devlet altı kurumsallaşma, tıpkı federal kurumlar gibi, ayrılıkçı devlet altı kimliklerin varlığını diğer bölgelere kıyasla daha iyi korumuştur. Kurumsallaşma, politik ve sosyal hareketlenmeleri desteklediğinden, kimlik ve dil gibi geleneksel unsurlardan daha etkilidir. Örneğin, Galler'de %21 oranında Galce ve Galiçya'da %66 oranında dili konuşulsa da kurumsallaşmanın eksikliği devlet altı milliyetçiliğin etkisini kısıtlamıştır. Avrupa'daki milliyetçilik hareketleri yekpare değildir (Dinç, 2011: 37) ve Katalonya ve İskoçya'daki politik milliyetçilik, kültürel milliyetçiliğin aksine sosyal hareketlenmeleri daha fazla etkiler. Gellner (1983: 122), İskoç ulusçuluğunda öncül savın hiçbir zaman dil olmadığını belirtmiştir. Ona göre *ortak bir tarihsel deneyim* İskoç ulusçuluğunu daha iyi tanımlar. Çünkü İskoç nüfusunun sadece %1'ine tekabül eden 60 bin kişi geleneksel İskoç Kelt dilini konuşmaktadır. 16. yüzyılda İskoçların çoğu yerel dillerini konuşuyorlarken Birlik Yasası'yla devletin ve kilisenin dilinin İngilizce olması, zamanla İskoçların da İngilizceyi kullanmalarına yol açmıştır (Devlin, 2018). Katalonya'da ise diplomatik ilişkilerde Katalan dilinin önemi vurgulansa da 3 milyon Katalan ana dilini konuşmamaktadır. Katalonya'da %55 çoğunluk Kastilya dilini (İspanyolca) konuşmayı tercih etmektedir. Bu verilerden yola çıkarak Katalan dilinin uluslararası faaliyetlerle başarılı bir şekilde sunulduğu fakat pratikte Katalan bölgesinde yerel dilin İspanyolcaya göre daha fazla kullanılmadığı, aksine İspanyolcanın daha fazla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5. Katalonya'da Konuşulan Ana Dillerin Oranı



Kaynak: Government of Catalonia, 2013

Geniş özerk yetkiler sayesinde, Katalonya ve İskoçya, eğitim sistemlerini kendi geleneklerine göre şekillendirmiştir. İskoçya'nın İngiltere, Kuzey İrlanda ve Galler eğitim sisteminden farklı olarak *Mükemmeliyet İçin Müfredat* sistemi yürürlüktedir. Bu müfredatta okullar katı öğrenme yollarına bağlı kalmazlar ve öğrencilere ne öğreteceklerine dair geniş bir karar verme yetkisine sahiplerdir (The School Run, 2020). Katalonya eğitim sisteminin İskoçya'da olduğu gibi merkezden tamamen bağımsız değilse de belirli serbestileri bulunmaktadır. Eğitim sistemi İspanyol mevzuatına tabi olmakla birlikte Katalan hükümetinin sağlık, kültür ve bütçe gibi önemli alanlarda olduğu gibi eğitim sistemi üzerinde de özel yetkilerinin olduğu görülmektedir. Katalonya ve İskoçya'nın eğitim sistemlerinde güçlü bir otoriteye sahip olmaları onları diğer özerk bölgelerden farklı kılmaktadır.

5.3. Milliyetçilik Hareketlerini Artıran Ekonomik Faktörler

Ulusların bağımsızlık isteklerinin ortaya çıkmasında sosyal, duygusal, bireysel veya kültürel yönlerin olduğu kadar ekonomik taleplerin de etkisi vardır. SNP'nin 2019'da yaptığı bir araştırmaya göre İskoçya, Birleşik Krallık nükleer silah sistemine her yıl 180 milyon İngiliz sterlini katkıda bulunmaktadır (Campaign for Nuclear Disarmament, 2019). *Yes Scotland* kampanyasının en önemli gündemlerinden biri bu aşırı görülen harcamanın eleştirisi olmuştur. İskoçya'nın vergi harcamaları kişi başı 10 bin İngiliz sterlini iken, Birleşik Krallık'ın diğer bölgelerinde bu rakam ortalama 9 bin 200 İngiliz sterlindir. İskoçların enerji ve balık gelirlerinden Birleşik Krallık'a ödediği vergiler, ülkenin genel harcamalarına gitmektedir. Bu nedenle İskoçların genel anlamda Birleşik Krallık ekonomi politikasını eleştirdiği görülmektedir. İskoç politikaçılar, İskoçya ekonomisinden İngiltere'nin diğer bölgelerindeki ihtiyaçlar için milyarlarca hizmet ücreti istendiğini iddia etmektedir. İskoç politikacı Gray'e göre, İngiltere'nin diğer bölgelerindeki kamusal hizmetler için ödenen ekstra maliyetler, İskoçya ekonomisini olduğundan daha kötü göstermektedir. Beş yılda bu harcamalar İskoçya'ya 35 milyar İngiliz sterlinine mal olmuştur. Sadece bağımsız bir İskoçya kendi mali kararları üzerinde tam bir kontrole sahip olabilecektir (Namen, 2015: 23).

Katalonya İspanya hükümetinin GSYİH'sine %19 oranında katkı sağlamaktadır ve kişi başına düşen GSYİH'sı 42 bin dolar ile AB ortalamasının üstündedir. Ayrıca 2016'da İspanya vergi gelirlerinin %21'i sadece Katalonya'dan elde edilmiştir. Katalonya dahil bölgesel hükümetler yeni altyapı ve havaalanı gibi büyük projeler için yüksek miktarlarda harcamalar yapmakta ve bu da ayrılıkçılık taleplerini arttırmaktadır. Katalan Ulusal Meclisi'ne göre İspanya ekonomisine yapılan katkı çok yüksek bir miktardır ve bu ağır yükümlülük Katalonya'yı ekonomik krizin eşiğine getirmiştir. Mali açıklar ve birikmiş devlet borçları gibi konular da Katalan ayrılıkçıların gündeminde yer almaktadır.

(Anderson, Keil, 2016: 52). Milliyetçi Katalanlar bağımsızlığı, ekonomik ayrımcılığın üstesinden gelmenin tek yolu olarak görmektedir.

Avrupa'daki bağımsızlık hareketlerinin yükselmesinin temel tetikleyicilerinden biri de avro krizi olmuştur. Üye ülkelerdeki siyasi partilerin çoğu 2007'de patlak veren avro krizinde AB'yi suçlarken, bölgesel yönetimler ağırlıklı olarak merkezi hükümetleri suçlamakta ve AB'nin politikalarını eleştirmemektedir. Katalonya ve İskoçya, bağımsızlığın AB ortak pazarın da desteğiyle ekonomik olarak avantaj getireceğine inanmaktadır. Burada görece daha zengin bölgelerin, kalkınmaya ihtiyacı olan bölgelere yardım etme isteksizliği ve dayanışma yoksunluğunun bulunduğu da düşünülmektedir. Örneğin Katalonya, daha fakir bir bölge olan Galiçya'ya yardım etmekte isteksizdir. Avro kriziyle bölgeler ve hükümetler arasında gerilimler daha belirgin hale gelmiştir. İspanya'daki kriz hükümetin borçlanmasına neden olurken, 1999'dan 2007'ye kadar yılda ortalama %3,7 büyüyen ekonomi sonraki süreçte %1 oranında küçülmüştür (Namen, 2015: 23-24). Avro krizi sonrası İspanya'da artan işsizlik 2009'da %17,9 iken Katalonya'da %16,2 oranındaydı. Katalonya'daki işsizlik oranları 2001'den bu yana İspanya ortalamasından fazla olmasa da AB ile karşılaştırıldığında epey yüksektir (Generalitat de Catalunya, 2020). AB işsizlik oranı 2009'da %9,5 idi. Öte yandan İskoçya işsizliği %3,6 oranıyla hem Birleşik Krallık hem de AB ortalamasından düşüktü. Bu nedenle işsizlik İskoçya için ayrılıkçılığı artıran temel bir faktör değildir.

Bu iki bölge aslında, zenginliğin dağılımı konusunda farklıdır. İspanya'da devlet altı hareketlerin en fazla görüldüğü bölgeler, Bask Bölgesi ve Katalonya gibi İspanya'nın en zengin bölgeleridir. Bölge yerlilerinin sosyal refahı kendi bölgeleriyle sınırlı tutma gibi açık bir arzuları vardır. Görece fakir bir bölge olan Galiçya'nın da ayırt edici bölgesel bir kimliği vardır, fakat politik hareketlenmesi zayıftır. İspanya'da zengin kaynaklara sahip olma, politik hareketlenmeleri desteklemektedir. Bunun tersine Birleşik Krallık'ta güçlü politik hareketlenmeye sahip İskoçya, Birleşik Krallık kamu harcamalarının en büyük yararlanıcısı değildir. Bu bölgelerde zenginlik, devlet altı milliyetçiliği destekleyen temel bir faktör olmaktan uzaktır. Ayrıca her iki bölge, AB üyeliğinin bölgeye sunacağı ekonomik fırsatları vurgulayarak bağımsız, refah ve engelsiz temsil edilen bir devlet olarak ayrılığın radikal bir değişiklik değil başarılı bir devamlılık olduğunu vurgulamaktadır (Anderson, Keil, 2016: 53).

5.4. Anayasal Krizler

Anderson ve Keil (2020)'e göre bazı çok uluslu devletler, ayrılık tehdidinin gölgesi altında varlıklarını sürdürmektedirler. İspanya ve İngiltere gibi çok uluslu devletlerin merkez yönetimlerinin çok daha yaratıcı, uyumlu, sürdürülebilir özerklik modelleri üretmesi gerekmektedir. İspanya'nın yenilikçi 1978 Anayasası'yla başarılı bir demokrasiye geçiş süreci gerçekleştirilmiş olsa da son dönemde anayasal bir krize girdiği ve etkin politikalar üretmediği görülmektedir. Anayasa her ne kadar ulus ve bölgeler için referansta bulursa da bölgeleri ayrı ayrı açıklamaktan kaçınmış ve devletin çok uluslu yapısına değinmemiştir. Bu nedenle 2. maddenin İspanya'nın monopolitik vizyonunu yansıttığı savunulmaktadır. Anayasayla hızlı ve yavaş ilerleyen iki temel yöntem geliştirilmiş ve Katalonya, Bask Bölgesi ve Galiçya'nın hızlı bir yöntemle geniş özerk haklar edinmesinin yolu açılmıştır. Yeni kurulan diğer bölgelerde ise bu üç bölgeden daha yavaş bir yöntem izlenerek belli miktarda özerklik hakları elde etmelerine imkân tanınmıştır. Tüm bölgeler için geçerli olacak özerk hakların belirlenmesi tercih edilmemiş, bölgesel ve merkezi yönetimler arasında ayrı anlaşmalara varılarak asimetrik bir model oluşturulma yoluna gidilmiştir.

Birleşik Krallık'ta İskoçya'nın bağımsızlığını tayin edebilmesi için bir referandum gerçekleştirilmesine karşın yazılı bir anayasasının bulunmaması onu İspanya

Anayasası'ndan ayırmaktadır. Bunun yerine referanduma ilişkin tüm kararlar İngiliz Parlamentosu'nda alınmaktadır. Birleşik Krallık Anayasası'nın sürdürülebilirliği konusundaki endişeler 2014 yılından bugüne giderek büyümektedir. İskoç seçmenler, birbirini takip eden iki yılda, anayasayı derinden etkileyen iki önemli referandumda oy kullanmışlardır. 2014 İskoç Bağımsızlık Referandumu'nda İskoçya'nın bağımsız bir devlet olması mı sorusuna %85 katılım sağlayan İskoç seçmenlerin çoğunluğu hayır yönünde irade göstermiştir. İki yıl sonra İskoçlar bu sefer Birleşik Krallık'ın geleceğini belirleyen Brexit Referandumu'nda AB'de kalma yönünde tavır almıştır (Anderson ve Keil, 2020). Bu iki referandumdan, İskoç seçmenlerin çoğunlukla hem Birleşik Krallık'tan hem de AB'den ayrılmak istemedikleri ve eski düzenlerini bozmaktan kaçındıkları görülmüştür. Ancak kesinleşen Brexit kararı, İskoçların hedefledikleri istikrarı korumalarına imkân vermemiştir.

Özerk yönetimler arasında bir mutabakat zaptı ile oluşturulmuş, Brexit müzakerelerinde yerel hükümetler ve merkez hükümet arasındaki uyumu sağlamak için koordine edilen danışma organı *Ortak Bakanlar Komitesi*, İngiliz Hükümeti'nin baskın olduğu bir kurum olarak Brexit sürecinden taviz vermeyen tutumu nedeniyle İskoç Hükümeti tarafından eleştirilmektedir. İngiliz Hükümeti'nin bu tutumuna karşı Sturgeon'ın Birleşik Krallık'ın Avrupa Tek Pazarı'na üye olduğu bir *yumuşak Brexit* hedeflenirse ikinci referandum taleplerini gündemden kaldırabilecekleri açıklamasının İngiliz Hükümeti nezdinde bir etkisi olmamıştır. Ayrıca Birleşik Krallık Yüksek Mahkemesi'nin, ayrılıktan önce özerk yönetimlere hukuken danışmaya gerek olmadığı yönünde aldığı karar, özerk yönetimlerin anayasal ve hukuki statüsüne dair tartışmaları artırmıştır (Anderson ve Keil, 2020). İngiliz Hükümeti'nin etkisindeki Birleşik Krallık kurumlarının desteğiyle yönetilen Brexit süreci ve İskoçya'yla etkili diplomatik kanalların oluşturulamaması, İskoç Hükümeti'nin referandum taleplerinin artarak devam etmesine neden olmuştur.

Hem İskoçya hem de Katalonya anayasalarının belirsizliği ve anayasa yapısını şekillendiren merkezi hükümetin etkisi altındaki organların baskınlığı bir noktada benzerlik göstermektedir.

5.5. Avrupa Birliği'nin İskoç ve Katalan Bağımsızlık Hareketlerine Yaklaşımı

Güçlü batılı devlet altı ayrılıkçı hareketler AB'yi, ulus devleti köprülemek (*bypass*) için bir alternatif olarak görmektedir. Hem İskoçya hem de Katalonya ayrılıkçıları, *Avrupa içerisinde bağımsızlık* fikrini savunmaktadır (Anderson, Keil, 2016: 41).

AB, normalde, devlet merkezli bir yönetim biçimi olmayı ve devletlerin iç politikasına doğrudan karışmamayı tercih etmektedir. Dolayısıyla AB, bağımsız bir İskoçya'nın üyelik talebini ancak bağımsızlık, Birleşik Krallık Hükümeti ile anlaşmalı olarak gerçekleşirse kabul edecektir. AB yasalarına göre, İskoçya ancak Birleşik Krallık'tan bağımsızlığını elde ettikten sonra AB'ye katılım için resmen başvuruda bulunabilir ve bu süreç en iyi ihtimalle yedi yılı alacaktır. İskoçya'nın Birleşik Krallık'tan ayrılma süreci, Birleşik Krallık'ın AB'den çıkması için geçen beş yıldan daha uzun sürebilir ve ayrıca AB'ye katılım süreci muhtemelen en az iki yıl daha sürecektir (Institute for Government, 2021). Üye ülkelerin aksine Avrupa kamuoyunun, İskoçya'nın ulusal çıkarlarının savunulmadığı gerekçesiyle İskoç bağımsızlık hareketine ve haliyle SNP'ye olan desteğinde gözle görülür bir artış gözlemlenmektedir. Arkasına daha güçlü bir halk desteği alan SNP, referandum için merkez hükümete baskı yaratabilmektedir. AB ve Birleşik Krallık içerisindeki 170'ten fazla sanatçı İskoçya'nın ayrılma yönünde karar alması halinde AB'deki yerini garanti etmesi için liderlere çağrı yapmıştır. Yayınladıkları mektupta, *"Kıtanın ve dünyanın dört bir yanından Avrupalılarız. Doğal olarak pek çok konuda anlaşamıyoruz. Ama hepimiz şu konuda hemfikiriz: Tüm Avrupalılar İskoç halkın,*

eğer bu demokratik arzularıyla, Avrupa Birliği'ne geri döneceklerini bilmelerini istiyoruz." açıklamasında bulunmuşlardır. Avrupa Konseyi 29 Nisan 2017 tarihli zirvesinde tek taraflı olarak Kuzey İrlanda'nın gelecekte İrlanda Cumhuriyeti'ne katılmak için oy kullanması durumunda hemen AB'nin bir parçası olabileceğini doğrulamıştır. Fakat İskoçya için böyle bir vaatte bulunmamıştır (The Guardian, 2021). İskoçya'ya da cömert şartların sunulması özellikle İskoç halkın bağımsızlık referandumuna yaklaşımını büyük ölçüde etkileyecek ve İngiliz Hükümeti'nin karşı çıkmayacağı kadar güçlü bir baskıya neden olacaktır. Tüm bu gelişmeleri Katalonya, Sırp Cumhuriyeti, Kuzey İrlanda ve Galler muhtemel bir örnek olacağı için yakından izlemektedir (Scheffer, 2021).

AB, 2017'de gerçekleştirilen Katalonya'nın bağımsızlık referandumu konusunda her ne kadar merkezi hükümetin şiddet kullanımını eleştirse de İspanya Hükümeti'nden yana olmuştur. Referandum sonrasında açıklama yapan liderlerin Katalonya'nın bağımsızlığına karşı oldukları görülmüştür (Politico, 2017). Liberal değerler üzerine kurulmuş olan AB'nin, Katalanların bağımsızlık isteğinin arkasında durmaması, hiç şüphesiz ki Birliğin mevcut krizlere yeni birini daha eklemek istememesindedir. Ulus üstü bir oluşum olmayı hedefleyen AB, Maastricht Antlaşması gibi bağlayıcı metinlerle azınlık grupların haklarını koruma ve geliştirme hedefleri güden özgürlükçü bir oluşum olsa da nihai hedefi Avrupa'da siyasal birliğin sağlanmasıdır. Bünyesinde bulunan devletlerin parçalanması ve yeni ulus devletler çıkması için yapılan girişimler Birliğin diyalektik sürecine zarar verecektir. Bütün bunlar düşünüldüğünde; mülteci krizi, Brexit, ekonomik durgunluk, yükselen aşırı sağ ve yabancı düşmanlığı gibi Birliğin hali hazırda üstesinden gelmeye çalıştığı krizlerin üstüne Katalonya krizinde İspanya lehine tavır alması anlaşılabilir bir durumdur. Buna rağmen Puigdemont ve Katalan siyasetçi Comin'in Avrupa Parlamentosu milletvekili olması ve Avrupa tutuklama emrinin Belçika tarafından askıya alınması, referandumunu İspanya Anayasası'na aykırı olduğu için tanımayan AB ve İspanya Hükümeti arasında gerginliğe yol açmıştır. Başta Avrupa Parlamentosu olmak üzere bazı Avrupa kurumlarının ayrılıkçılara karşı gösterdiği hoşgörü İspanya'yla çatışmalar yaşanmasına neden olmaktadır (Euronews, 2020). Bu noktada ayrılıkçı Katalan liderlerin korunması amaçlanırken, diğer yandan referandum girişiminin ülkenin iç meselesi olarak değerlendirilmesi ve doğrudan İspanya Hükümeti'ne destek verilmesi AB'nin hem İspanya gibi etkili üye devletlerle arasındaki dengeyi korumayı amaçladığını hem de devlet üstü yapısı gereği devlet altı aktörlerle arasındaki ilişkiyi sürdürmek istediğini göstermektedir.

Son dönemde üye devletler, AB çerçevesinde güç ve etkilerini korumuş, hatta artırmıştır. Sonuçta AB'nin, hem küreselleşmenin hem de devlet altı bölgesel taleplerin zorluklarıyla başa çıkmalarına yardımcı olmak için devletlere ulus üstü bir çerçeve sunduğu ve *Bölgelerin Avrupası* imajından ödün vermekte olduğu görülmektedir (Öner, 2019).

6. Sonuç

Bu çalışmada bölgelerin uluslararası kamuoyunda farkını ortaya çıkaran dört kritik motivasyon açıklanmaktadır. Konunun zaman içerisinde gelişmeye açık olması araştırmacılara zengin bir araştırma sahası sunmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, İskoçya ve Katalonya bölgelerinin bağımsızlık hareketlerini güçlendiren önemli dinamikleri açıklayarak devlet altı milliyetçilik konusunda yapılacak gelecek araştırmalara katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

İskoçya ve Katalonya'daki bağımsızlık hareketlerinin derin tarihsel kökenleri yadsınamaz. İki bölge de yüzyıllardır coğrafyalarında belli özerkliklere sahip, kendilerinden farklı gördükleri devletlerin parçası olarak varlıklarını sürdürmüş olsalar da özerk haklarını genişletmek hatta bağımsız olmak için merkezi hükümetle masaya

oturma konusunda ısrarcı olmuşlardır. Yukarıda gerçekleştirilen analizde açıklandığı üzere, merkezi devletle barışçıl bir ayrılık gerçekleştirmek, Norveç'in İsveç'ten ayrılması dışında başka bir örneğine kolaylıkla raslanılmadığı için oldukça zordur. Dünyadaki ayrılık örneklerine bakıldığında ayrılma kararı alan bölgeler hem çevre ülkelere hem de kendi iç dinamiklerine oldukça zarar vermiş ve bu bölgelerde başarılı bir demokrasiye geçiş mümkün olamamıştır. Bu doğrultuda İskoçya ve Katalonya bağımsız olsa bile, bu yeni devletlerin güçlü ve dengeli olarak uluslararası sistemde yer almaları oldukça zor görünmektedir. Üstelik bu bağımsızlık sadece ayrıldıkları devletlerde değil, Avrupa'daki çok uluslu devletlerde çatışmalara neden olabilecektir.

Ekonomik çıkarlar göz önünde bulundurulduğunda bu bölgeler ciddi endişelere sahip olduklarından tek taraflı bağımsızlık konusunda çekingen davranmaktadırlar. İskoçya ayrılırsa en büyük ticaret partneri olan İngiltere'yle ilişkileri zarar görecektir, Katalonya ayrılırsa AB'nin sunduğu ekonomik fırsatlara erişimi sınırlandırılacak veya tamamen sonlandırılacaktır. İskoçya'da AB gibi güçlü bir ekonomik birliğin bağımsız bir devlet olunduğu takdirde bu boşluğu dolduracağı düşüncesi hâkimdir. Katalonya ise tek taraflı bir bağımsızlık ilanının AB içerisindeki konumunu tehlikeye atmasından endişelenmektedir. Her ne kadar ekonomik kapasitesi yeterli görünse de tek taraflı bir kararla ayrılma sonrası AB üyeliğinin devam etmesinin zorluğu hem ayrılıkçı partilerin daha ılımlı politikalar üretmesine hem de Katalanların bağımsızlık tercihine temkinli yaklaşmasına neden olmaktadır. Ayrıca İspanya, Birlik içerisinde sözü geçen bir devlet olarak diğer üyeleri etkileme gücüne sahiptir. Birlik için, Brexit'le üyeliği sonlanan İskoçya'nın üyelik talebi anlaşılır bir durum olacaktır. Fakat halihazırda üye olan İspanya içerisindeki Katalonya'nın ayrılık sonrası üyelik talebi Avrupa'daki diğer özerk bölgelerin ayrılıkçılık taleplerini artıracığından, AB için kabul edilebilecek bir yol değildir.

Bölgelerin iç dinamiklerine bakıldığında her iki bölgenin de demografik, coğrafi, kültürel ve kurumsal yapılanma olarak güçlü olduğunun altı çizilmelidir. Buna ek olarak, devlet altı milliyetçiliğin asıl savunuculuğunu yapan ayrılıkçı bölgesel siyasi partiler tüm geçmiş ve güncel söylemleri bir araya getirerek bölgelerdeki ayrılıkçılık taleplerinin meşrulaştırılması için sosyal ve siyasi politikalar geliştirmektedir. İskoçya, Sturgeon gibi yedi yıldır İskoçya birinci bakanlığını sürdüren bir liderle dengeli bir siyasi yapılanma kurmayı başarmıştır. Fakat Katalonya'da siyasi parti çeşitliliği oldukça fazladır. Ayrıca 2017 Bağımsızlık Referandumu sonrası Puigdemont gibi ayrılıkçı liderlerin söylemlerine ve faaliyetlerine daha az güven duyulmakta ve seçimlerde radikal ayrılıkçı partilere destek azalmaktadır. Katalonya Hükümeti ve Katalanlar için en iyi ihtimal, bağımsızlık fikrinden ziyade İspanya merkezi yönetimi ile müzakere edilerek kazanılacak daha fazla özerkliliktir. Öte yandan İskoçya'nın SNP liderliğinde sürdürdüğü bağımsızlık taleplerinin artması kamuoyu yoklamalarındaki verilerden de görülmektedir. Dengeli bir siyasi ve sosyal yapılanmayı tercih eden İskoç halkının *Brexit*'le demokrasilerinin zarar gördüğünü düşünmesi, Birleşik Krallık yanlısı çoğunluğun bu süreçten sonra AB üyeliğini tercih etmesinin önünü açmaktadır.

Sonuçta, bu iki bölgedeki bağımsızlık hareketleri kamuoyu yoklamalarından anlaşıldığı üzere farklı yönlerde eğilse de bölgelerin birbirlerini yakından takip ettikleri ve uluslararası kamuoyunu etkiledikleri ortadadır. İskoçya'da artan referandum talepleri, Birleşik Krallık Hükümeti'nde giderek artan bir baskı yaratmaktadır. Bu durum, bölgelerin bağımsızlık referandumunu yasa dışı ilan eden İspanya Anayasası'nda bir baskıya neden olabilir. Katalonya'ya sunulacak daha fazla özerklik haklarıysa ileride karşılaşılabilecek farklı bir krize önlem olarak alınabilir. İspanya Hükümeti ve Katalonya, 2017 bağımsızlık referandumu sonrasındaki politik ve ekonomik istikrarsızlığın etkilerini hala yaşamakta ve bir daha böyle bir kaosa karşılaşmak istememektedir. Birleşik Krallık'a bakıldığında ise, *Brexit* sürecinde İskoçya'nın ve elbette diğer özerk bölgelerin müzakerelerde neredeyse hiç söz hakkı alamamış olması, İskoçya'nın bağımsızlık

taleplerini artırmıştır. Bu nedenle Birleşik Krallık'ın, ikinci İskoç bağımsızlık referandumunun, Johnson'ın ifadesiyle kırk yıl sonraya alınması için İspanya'ya göre daha fazla çaba göstermesi gerekmektedir. Yine de mümkün olan en fazla çabanın bile, arkasına giderek artan halk desteğini alan SNP'nin öncülüğünü yaptığı İskoç bağımsızlık hareketini durdurabilmesi zor görünmektedir.

KAYNAKÇA

- ANDERSON, P. (2020). "Decentralisation at a Crossroads: Spain, Catalonia and the Territorial Crises", *Ethnopolitic*, C:19, No:4, ss. 344.
- ANDERSON, P. ve KEIL, S. (2016). "Minority nationalism and the European Union", *L'europe en Formation*, No:1, ss. 41-52.
- ANDERSON, P. ve KEIL, S. (2020). "Scotland, the UK, and Brexit – At a Constitutional Crossroads: What Next for Scotland?", *CIFE Policy Paper*, ss. 96.
- BALCELLS, A. ve WALKER, G. (1996). "Catalan Nationalism: Past and Present. Houndmills", *Basingstoke*, Hampshire New York: Macmillan Press St. Martin's Press.
- BBC. (2006). "Catalonia endorses autonomy plan", (Erişim, 05.04.2020) <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/5091572.stm>
- BBC. (2014). "Scotland Decides", (Erişim, 05.05.2020) <http://www.bbc.com/news/events/scotland-decides/results>
- BBC. (2016). "EU Referandum Results", (Erişim, 09.05.2020) https://www.bbc.co.uk/news/politics/eu_referendum/results
- BBC. (2017). "Katalonya bağımsızlık referandumunu: bundan sonra ne olacak?", (Erişim, 02.05.2021) <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-41479264>
- BBC. (2019). "Scotland election results 2019: SNP wins election landslide in Scotland", (Erişim, 03.03.2020) <https://www.bbc.com/news/election-2019-50766014>
- BERWICK E. (2019). "Substate Nationalism and Social Solidarity: Essays on Spain and the UK" (Doktora tezi), *Massachusetts Institute of Technology*, ss.12-14.
- BIRCH, A. H. (1978). "Minority nationalist movements and theories of political integration", *World Politics*, C:30, No:3, ss. 325-340.
- BRITANNICA. (2021). "Charles Edward, The Young Pretender", (Erişim, 13.02.2021) <https://www.britannica.com/biography/Charles-Edward-the-Young-Pretender>
- BRITANNICA. "Act of Union", (Erişim, 14.02.2021), <https://www.britannica.com/biography/Sidney-Godolphin-1st-Earl-of-Godolphin>
- BROUGHTAN, D. (2021). "Scottish National Party", Britannica, (Erişim, 14.05.2021) <https://www.britannica.com/topic/Scottish-National-Party>
- CAIRNEY, P. (2012). "Intergovernmental Relations in Scotland:What was the SNP Effect?", *The British Journal of Politicts and International Relations*, C:14, No:2, ss. 231-234.
- CALAMUR, K. (2017). "The Spanish Court Decision That Sparked the Modern Catalan Independence Movement", *The Atlantic*, (Erişim, 04.04.2021) <https://www.theatlantic.com/international/archive/2017/10/catalonia-referendum/541611/>
- CAMPAIGN FOR NUCLEAR DISARMAMENT. (2019). "Scotland pays £180 million a year for nuclear weapons it doesn't want", (Erişim, 11.02.2021) <https://cnduk.org/scotland-pays-180-million-a-year-for-nuclear-weapons-it-doesnt-want/>
- CEBECİ, H. (2019). "Self-Determinasyon ve Kamu Diplomasisi: İskoçya ve Katalonya Örnekleri" (Yüksek Lisans Tezi), *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi*.

- CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIO. (2020). "Political Context Survey. Press Report", (Erişim, 10.02.2021)
<http://upceo.ceo.gencat.cat/wsceop/7848/Abstract%20in%20English%20-988.pdf>
- CLARK, D. (2020a). "Gross Domestic Product (GDP) of Scotland from 2000 to 2019", *Statista*, (Erişim, 09.02.2021) <https://www.statista.com/statistics/348324/gdp-of-scotland-annually/>
- CLARK, D. (2020b). "Gross Domestic Product (GDP) Per Capita in Scotland from 2000 to 2019", *Statista*, (Erişim, 09.02.2021)
<https://www.statista.com/statistics/348383/scotland-gdp-per-capita/>
- DEVLIN, T. (2018). "How many people speak Scots and where is it spoken?", *Babbel*, (Erişim, 28.11.2020) <https://www.babbel.com/en/magazine/how-many-people-speak-scots-and-where-is-it-spoken>
- DİNÇ, C. (2011). "Avrupa Kimliği: Çatışan Perspektifler, Güncel Değerlendirmeler ve Endişeler", *Gazi Akademik Bakış*, C:5, No:9, ss. 37.
- DİNÇ, C. (2018). "Avrupa Birliği'nin ve Üç Büyük Üyesinin Arap Baharı'na Yaklaşımları", *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C:8, No:2, ss. 19.
- DİNÇ, C. (2019). "Avrupa Birliği: Kimlik, Siyaset, Ekonomi, Genişleme", *Avrupa'da Siyasi Durum ve Güncel Krizler* içinde (230. ss.), Seçkin Yayınları.
- EURONEWS. (2020). "İspanya AP'den ayrılıkçı Katalan liderlerin dokunulmazlıklarının kaldırılmasını istedi", (Erişim, 08.11.2020)
<https://tr.euronews.com/2020/01/10/ispunya-apden-ayrilikli-katalan-liderlerin-dokunulmazliklarinin-kaldirilmasini-istedi>
- FORREST, A. (2021). "Is Scotland heading for a Catalonia-style constitutional meltdown?" (Erişim, 12.04.2021)
<https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/scottish-independence-referendum-snp-catalonia-b1833023.html>
- GELLNER, E. (1983). "Uluslar ve Ulusçuluk", Çev.: Günay Göksoy Özdoğan ve Büşra Ersanlı Behar, İstanbul: Hil Yayınları.
- GENCAT. (2021). "Government delegations abroad", (Erişim, 23.03.2021)
https://exterior.gencat.cat/en/ambits-dactuacio/afers_exteriors/delegacions_govern/
- GENERALITAT DE CATALUNYA. (2020). "Unemployment rate", (Erişim, 14.03.2021) <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=318&lang=en>
- GOVERNMENT OF CATALONIA. (2013). Language Use of the Population of Catalonia. Key Results of the Survey on Language Use of the Population 2013", (Erişim, 01.04.2021)
https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/altres/arxiu/EULP_2013_angles.pdf
- GREER, S. L. (2007). "Nationalism and Self-Government: The Politics Of Autonomy in Scotland and Catalonia", SUNY Press, ss. 93.
- INSTITUTE FOR GOVERNMENT. (2020). "What next for Scotland? The Independence question and the future of the UK", (Erişim, 17.01.2021)
<https://www.youtube.com/watch?v=laAntjJvY>
- JACK, I. (2021). "An independent scotland could turn to denmark for inspiration", (Erişim, 10.04.2021)
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/apr/17/scotland-norway-denmark-independent>
- KEATING, M. (1996). "Nations against the state: The new politics of nationalism in Quebec, Catalonia and Scotland", *Springer*, ss. 18-116.
- KEEP, M. (2020). "Scotland: Public spending and revenue", *House of Commons Library*, (Erişim, 13.02.2021)

<https://commonslibrary.parliament.uk/researchbriefings/sn06625/#:~:text=The%20Scottish%20Government%20estimates%20that%20around%20%2%A365%20billion%2D%C2%A3,UK%20population%20in%202019%2F20>

KELLNER, P. (2021). "Alex Salmond", *Britannica*, (Erişim, 02.12.2021)

<https://www.britannica.com/topic/House-of-Commons-British-government>

KYMLICKA, W. ve STRAEHLE, C. (1999). "Cosmopolitanism, nation-states, and minority nationalism: A critical review of recent literature", *European Journal of Philosophy*, C:7, No:1.

LECOURS, A. (2012). "Substate Nationalism in The Western World: Explaining Continued Appeal", *Formerly Global Review Of Ethnopolitics*, C:11, No:3, ss. 271-274.

MACKASKILL, K. (2021). "An independent Scotland should join the European Free Trade Area (Efta) before considering EU membership", *Scotsman*, (Erişim 14.09.2021) <https://www.scotsman.com/news/opinion/columnists/an-independent-scotland-should-join-the-european-free-trade-area-efta-before-considering-eu-membership-kenny-macaskill-mp-3208102>

MASSETTI, E. ve SCHAKEL, A. H. (2020). "Regionalist Parties and the European Union", *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, ss. 2.

MCTAVISH, D. (2016). "Introduction, Political Parties in Scotland", McTavish, D. Editör. *Politics In Scotland* içinde (1-2-59-60). London and Newyork, Routledge.

NAIRN, T. (1977). "Scotland and Europe", *The Break-up of Britain: Crisis and Neo-nationalism*, ss. 81.

NAMEN, IRINA VAN. (2015). "Independence movements in the European Union and the quest for European Union membership" (Yüksek lisans tezi), *European Union Studies*, Leiden University, ss. 23-24.

NTV. (2019). "Katalan Medyasına Seçim Kampanyası Yasağı", (Erişim, 20.01.2021) <https://www.ntv.com.tr/dunya/katalan-medyasina-secim-kampanyasi-yasagi>

OLIVEIRA, L. (2020). "Catalan Independence. House of Commons Library", *Briefing Paper*. Number CBP 8976, ss. 3.

ÖNER, S. (2019). "The Relations Between Catalonia and The European Union and Catalan Independence Referandum". *Marmara Journal of European Studies*, C: 27, No:1, ss. 47.

ÖZKIRIMLI, U. (2005). "Contemporary Debates on Nationalism: A Critical Engagement". *Palgrave Macmillan*, ss. 163.

POLITICO. (2017). "How the world reacted to Catalan independence declaration", (Erişim, 05.06.2018) <https://www.politico.eu/article/how-the-world-reacted-to-catalan-independence-declaration/>

REUTERS. (2017). "Catalonia finds no friends among EU leaders", (Erişim, 05.01.2020) <https://www.reuters.com/article/us-spain-politics-catalonia-eu/catalonia-finds-no-friendsamong-eu-leaders-idUSKBN1CO31E>

SAYLAN, İ. (2017). "İskoç Milliyetçiliğinin Dünü, Bugünü ve Birleşik Krallık'ın Geleceği", *Uluslararası İlişkiler Akademik Dergi*, 14(53), ss. 93-100.

SCHEFFER, D. J. (2021). "What's Next for Scotland's Independence Movement", (Erişim, 15.05.2021) https://www.cfr.org/in-brief/whats-next-scotlands-independence-movement?utm_content=051821&utm_source=tw&utm_medium=social_owned&fbclid=IwAR1Mkq1MvBtNB1oVG_1-u4ral8NGKBR-4jhlrlmXjBTW-n5mn4K87bYLQ_0

SCOTTISH GOVERNMENT. (2020). "GDP Quarterly National Accounts for Scotland: 2019 Q4", (Erişim, 15.12.2019) <https://www.gov.scot/publications/gdp-quarterly-national-accounts-for-scotland-2019-q4/>

- SOLLY, M. (2020). "A not So-Brief History of Scottish Independence", *Smithsonianmag*, (Erişim, 20.01.2021) <https://www.smithsonianmag.com/history/brief-history-scottish-independence-180973928/>
- STANDO, O. (2020). "The Tory litany of broken Brexit promises", (Erişim, 17.01.2021) <https://www.snp.org/brokenbrexitpromises/>
- STATISTA. (2021a). "Gross domestic product per capita in the UK from 1955 to 2020", (Erişim, 7.03.2021) <https://www.statista.com/statistics/970672/gdp-per-capita-in-the-uk/>
- STATISTA. (2021b). "Gross domestic product (GDP) in Catalonia and the whole of Spain between 2003 and 2019", (Erişim, 09.02.2021) <https://www.statista.com/statistics/327063/gross-domestic-product-in-catalonia-and-spain/>
- STATISTA. (2021c). "Gross domestic product (GDP) per capita in Catalonia and the whole of Spain between 2004 and 2019", (Erişim, 09.02.2021) <https://www.statista.com/statistics/327120/gdp-per-capita-in-catalonia-spain-and-eurozone/>
- THE GUARDIAN. (2021). "The EU must welcome an independent Scotland", (Erişim, 28.04.2021) https://www.theguardian.com/politics/2021/apr/29/the-eu-must-welcome-an-independent-scotland?utm_term=Autofeeds&CMP=tw_t_gu&utm_medium&utm_source=Twitter#Echobox=1619651435
- THE LOCAL. (2019). "What the election results tell us about the Catalan independence movement", (Erişim, 17.01.2021) <https://www.thelocal.es/20190430/moderate-catalan-separatists-boosted-in-spain-election>
- THE SCHOOL RUN. (2020). "An Overview of the Scottish Education System", (Erişim, 10.01.2020) <https://www.theschoolrun.com/overview-scottish-education-system>
- THE SCOTTISH PARLIAMENT. (2018). "List of devolved Powers from 1999", (Erişim, 04.03.2021) <https://www.parliament.scot/images/Parliament%20Publications/DevolvedPowers.pdf>
- THE SPANISH CONSTITUTION. (1978). "Article 2", 9, (Erişim, 05.05.2021) <https://www.boe.es/legislacion/documentos/ConstitucionINGLES.pdf>
- THOMAS, N. (2012). "ETA'dan sonra? Katalonya, Euskadi ve İspanya Anayasası", *Democratic Progress Institute*, ss. 10.
- TORRANCE, D. (2019). "Scottish Devolution: Section 30 Orders", (Erişim, 10.03.2021) <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/cbp-8738/>
- UK PARLIAMENT. (2021). "State of the parties", (Erişim, 12.03.2021) <https://members.parliament.uk/parties/Commons>
- UK PARLIAMENT. (2021). "The Articles, constitution and trade". (Erişim, 05.02.2021) <https://www.parliament.uk/about/living-heritage/evolutionofparliament/legislativescrutiny/act-of-union-1707/overview/the-articles-constitution-and-trade/#:~:text=Article%201%3A%20From%201%20May,Andrew%20were%20to%20be%20combined>
- UN CHARTER. (2021). "United Nations Charter". (Erişim, 02.10.2021) <https://www.un.org/en/about-us/un-charter/full-text>
- WORLDOMETER. (2021). "United Kingdom Population", (Erişim, 09.02.2021) <https://www.worldometers.info/world-population/uk-population/>
- YILDIZ, M. (2011). "İspanya Yönetim Sistemindeki Tekçilik ve Federalizm Tartışmalarının Değerlendirilmesi", *Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C: 29, No:2, ss. 178-187.

Summary

The independence referendums held in Scotland in 2014 and in Catalonia in 2017 are considered to be the two most important developments indicating the increase in regional independence movements in Europe recently. However, it can be forgotten that the independence movements of the regions are actually a struggle that has been lasting for centuries. For this reason, first of all, the historical development of Scottish and Catalan independence movements and then a current comparison are explained in the study. A comprehensive evaluation of the regions is provided by including the works of thinkers who are experts in sub-state nationalism and the news of independent think tanks and broadcasting organizations due to the fact that the subject is up-to-date.

The most important causes for the strengthening of the independence demands of these regions in the society are specified as loss of imperial power, strong sub-state institutionalisation, public diplomacy activities, economic demands, constitutional crises, activities of separatist political parties. Firstly, both Scotland and Catalonia have witnessed the decline of imperialist power and prestige in different periods as the empires in which they took part in lost their colonies. Secondly, institutionalization is more effective than traditional elements such as identity and language, as it supports political and social mobilization. In both Spain and the United Kingdom have modern and well-established institutional structure so that they preserved the existence of separatist sub-state identities, just like federal institutions. Third, public diplomacy is very important for nations demanding independence. These nations aim to increase their political influence by making themselves heard in different countries in order to create a strong sense of identity. Fourth, both Catalan and Scottish nationalist think that they are not able to use their economic capacities fully and effectively due to the control of the central governments. Fifth, the ambiguity of the constitutions future of both Scotland and Catalonia and the dominance of the central government-influenced bodies that shape constitution making are somewhat similar. Lastly, in both regions, regional separatist parties are the main actors of the independence movements. Of course these factors have different conjunctures due to the different internal and external dynamics of the regions.

Although there is stronger economic motivation and public diplomacy in Catalonia, recent opinion polls and regional election results show that support for the expansion of autonomous rights rather than independence is on the rise. Scotland, on the other hand, with its strong political structure led by Sturgeon, can create a serious pressure on the international public opinion on independence movements, especially after Brexit, as can be understood from opinion polls. Increasing demands for a referendum in Scotland are creating increasing pressure on the UK Government. This could put pressure on the Spanish Constitution, which outlawed the regions' independence referendum. More autonomy rights to be offered to Catalonia can be taken as a precaution against a different crisis that may be encountered in the future. For the United Kingdom, the fact that Scotland and of course other autonomous regions had almost no say in the negotiations during the Brexit process increased Scotland's demands for independence. For this reason, the UK needs to do more than Spain to push the second Scottish independence referendum at a later date. It is unlikely that even the greatest possible effort will be able to stop the SNP-led Scottish independence movement, backed by growing popular support. After all, although the independence movements in these two regions have recently turned in different directions, both regions continue to follow each other's independence movements closely and both regions continue to affect international public and central governments.

Tarih ve Kolektif Bellek Aktarımında Sanal Gerçeklik: "War Remains" Örneği

Ceren YEGEN*, Servet Can DÖNMEZ**

Öz

Kolektif bellek, ortaklıklar üzerinden hareket ederek kolektif değerlerin oluşması gibi pekiştirilmesini de amaçlar. Canlandırma sanatı olarak diorama dolaylı eserlerde de ortak anlatı ve değerler açıkça görülmekte, kolektif bilinç inşası amaçlanmaktadır. Örneğin Türkiye’de yer alan bazı beyaz propaganda mekanizmaları üzerinden Türk ulusunun dostluk, ulusal mücadele ve fedakârlık anlayışı sıcak tutulmaya çalışılmaktadır. Ancak çağımızda anlatının yapısı da değişmiştir. Günümüzde dijital anlatılar da bir tarih ve kolektif bellek aktarıcısı görevi görmektedir. Örneğin sanal gerçeklik gibi dijital teknolojiler, özellikle genç nesle yönelik kurgulanan bilgisayar oyunlarıyla anlatı ve kolektif birçok unsuru etkili ve etkileşimli şekilde işlemektedir. Bu nedenle bu çalışmada, tarih ve kolektif bellek aktarımında dijital anlatının mevcut rolü tartışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda savaş meydanında olmanın nasıl hissettirdiğini anlamaya odaklı olan ve 31 Temmuz 1917 – 10 Kasım 1917 tarihleri arasında gerçekleşen Büyük Passchendaele Muharebesi’nden (I. Dünya Savaşı sırasında) bazı çatışma anlarını deneyimleme imkânı sunan "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" adlı sanal gerçeklik içeriği, Ümmühan Molo’nun "360 Derece VR Film Çözümleme Modeli" üzerinden analiz edilmiştir. Belirli bir taraftan veya cepheden verilmeyen hikâyede, savaş ortamının deneyimlenmesine olabildiğince tarafsız olarak odaklanıldığı görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Bellek, Kolektif Bellek, Tarih, Dijital Anlatı, Sanal Gerçeklik

Virtual Reality in History and Collective Memory Transfer: The Case of "War Remains"

Abstract

Collective memory acts through partnerships and aims to reinforce collective values as well as the formation. Collective narratives and values are clearly to seen in diorama work and animation art, and it is aimed to build collective consciousness. For example, through some white propaganda mechanisms in Turkey, the Turkish nation’s understanding of friendship, national struggle, and self-sacrifice is tried to be kept warm. However, in our age, the structure of the narrative has also changed. Today, digital narratives also serve as a history and collective memory transmitter. So much so that digital technologies such as virtual reality process many narratives and common elements



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 20.09.2021

Kabul/Accepted: 29.10.2022

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.997258>

* Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Mersin, Türkiye.

E-posta: cerenyegen@mersin.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9582-0711>

** Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Sinema Anabilim Dalı, Mersin, Türkiye.

E-posta: servetcandonmez@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2590-3102>

effectively and interactively, especially with computer games designed for the youth. Therefore, in this study, the current role of digital narrative in the transmission of history and collective memory is discussed. For this purpose, "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory", which focuses on understanding how it feels to be on the battlefield and offers the opportunity to experience some moments of conflict from the Great Battle of Passchendaele (during the First World War), which took place between 31 July 1917 and 10 November 1917 was analyzed through Ümmühan Molo's "360 Degree VR Film Analysis Model". In the story, which is not given from a certain side or front, it is seen that the experience of the war environment is focused as objectively as possible.

Keywords: Memory, Collective Memory, History, Digital Narrative, Virtual Reality

1. Giriş

Ortaklıklardan hareket eden kolektif bellek, hatırlatma kadar hissettirmeyi de amaçlar. Bunu yaparken genellikle ulusun belleğini taze tutmaya çalışır. Türkiye'de Miniaturk'te yer alan Ertuğrul Fırkateyni dostluk miti üzerinden Türk ulusunun yardımseverliğine gönderme yaparken, Panorama Zafer Müzesi görsel bir ulusal temsil niteliği taşımakta ve Kurtuluş Savaşı ile Çanakkale Savaşı'nı diorama ile canlandırarak, ulusun mücadele ve fedakârlık anlayışını sıcak tutmaya çalışmaktadır. Anıtkabir'deki (başkent Ankara'da) Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi'ndeki *Çanakkale Savaşları*, *Sakarya Meydan Muharebesi* ve *Büyük Taarruz'u* ifade eden panoramalar da kolektif belleğe seslenen mekanizmalardır ve birer beyaz propaganda düzeneği olarak da yorumlanabilir.¹

Genelksel, mitik anlatılar ya da bellek düzenekleri üzerinden gerçekleştirilen ortak aidiyet aktarımı dijitalleşen dünya içerisinde dijital anlatılar ile de etkili, kitlesel ve hızlı şekilde yapılmaktadır. Dijital anlatılar çağın ruhuna uygun şekilde kurgulandığında etkileşim unsurunun da verdiği destekle tarih ve kolektif bellek aktarımını rahatlıkla aracılabilir. Örneğin günümüzde piyasaya sunulmuş olan birçok sanal gerçeklik tabanlı dijital içerik ve bilgisayar oyunu mevcut ve bu içerikler, özellikle genç nesle yönelik kurgulanmakta ve birçok olguyu dijital anlatı ve pratik üzerinden vermektedir. Bir savaş anında orada olma hissi vermeye odaklanan ve tarihi dioramalardan, anı canlandırmadan beslenerek dijital şekilde deneyimlenebilir kılan *War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory* adlı sanal gerçeklik içeriği bu nedenle bu çalışmada örneklem olarak seçilmiş ve analiz edilmiştir. Analizde yöntem olarak Molo'nun (2021), "360 Derece VR Film Çözümleme Modeli" kullanılmıştır. İçerik, I. Dünya Savaşı sırasında 31 Temmuz 1917 - 10 Kasım 1917 tarihleri arasında gerçekleşen Büyük Passchendaele Muharebesi'nden an ve kesitleri deneyimlemeyi aracılarmaktadır. Bu yolla, ilgili örneklem üzerinden anlatının değişen yapısı değerlendirilmiş ve dijital anlatının tarih ve kolektif bellek inşa ve aktarımındaki rolü tartışılmıştır.

2. Bellek ve Kolektif Bellek

Bellek bireye dair çok şeyi açıklayan, yansıtan bir olgudur. Bildiğimiz, hatırladığımız ve unuttuğumuz şeyler belleklerimiz içerisinde yer alır. Barnier ve Sutton'ın (2008) da dikkat çektiği üzere geçmişteki anılarımız çoğunlukla başkaları ile

¹ <https://www.miniaturk.com.tr/tr/ertugrul-firkateyni-eser-870>
<https://www.anitkabir.tsk.tr/03 muzeler/panoramalar-ve-yagli-boya-tablolar.html>

paylaştığımız deneyimler ya da olaylardan oluşmaktadır. Geçmiş ise "*şimdiki zaman ve gelecek arasındaki bağlantıyı yaratan ve topluluk üyelerinin kim olduklarını tanımlamalarını sağlayan bir bellek*" olarak yorumlanabilir. Öyle ki geçmiş içerisinde, onları bir araya getiren ve kendilerini bir topluluk olarak tanımalarına izin veren ortak referans noktaları yer alır (Nikosz ve Ákos, 2010).

Huyssen (1999, 13) "*geçmiş belleğin içinde yalın bir halde bulunmaz, anı haline gelmesi için dile getirilmesi gerekir*" der. Dolayısıyla geçmişin dillendirilmesi onu bilinir ve hatırlanır kılar, somutlaştırır, simgeleştirir. Sarlo (2011, 9), bireyin kendi kendine hatırlamama kararı vermesini "bir kokuyu duymama kararı vermesine" benzetir. Ona göre, *anılar* da *kokular* gibi bağımsız bir şekilde belirebilir ve ısrarcıdır. İnsanı daha fazla hatırlamaya zorlayan anılar, başat ve kontrol dışı olma özelliği taşırlar ve dolaylı olarak geçmişin bugün halini alması sağlarlar (Sarlo 2011, 9).

Sokakların, anıtların, anmaların, konuşmaların, yayınların ve tarih kitaplarının adlarıyla ifade edilen birçok olay, bireyin hafızasında ve kamusal söylemde tekrar tekrar yeniden üretilir. Sosyal grupların kişisel ve kolektif geçmişi, zaman akışı içerisinde bir çeşit "referans noktası" olabilir. Benlik, kültür ve kültürle ilgili farklı algılama biçimleri arasında bir köprü olan kolektif geçmiş, eşzamanlı olarak birey ile sosyal gruplara aittir. Kolektif geçmiş, üyeler ile paylaşılr ve onlara aktarılır (Bellelli vd. 2007, 625). Burada şuna da dikkat çekmek gerek ki, kolektif belleğin kesin bir tanımı olmadığını düşünen yaklaşımlar da vardır. Farklı alanlarda çalışan birçok araştırmacının kolektif belleği oluşturan şeyin ne olduğu üzerine farklı tanımlardan yola çıkarak kafa yorduğu görülmektedir. Buna karşın, terimin tüm kullanımlarını birleştiren genel özelliğin, kolektif belleğin "bireyleri aşan ve grup tarafından paylaşılan bir hafıza biçimi olması" olduğu bilinmektedir (Roediger vd. 2009). Wertsch (2007, 645-46) de kolektif belleğin yaygın olarak tartışılan, buna karşın çok az anlaşılabilir bir kavram olduğu görüşündedir. Kansteiner'a göre (2002, 179) kolektif bellek beşerî bilimler içerisinde, kültürel tarihin etkileyici bir şekilde yeniden canlanmasına katkıda bulunmuştur. Kansteiner (2002) buna karşın, kolektif hafıza süreçleri araştırmalarında önemli kavramsal ve metodolojik ilerlemelerin gözlenmediği görüşündedir. Ona göre, bellek üzerine yapılan çalışmaların çoğu belirli olayların belirli kronolojik, coğrafi ve medya ortamlarındaki temsiline odaklanmaktadır (2002).

Schuman ve Scott'ın (1989, 378) bir araştırmalarının sonucu da "kolektif bellek" teriminin en az iki anlamını birbirinden ayırmak gerektiğini göstermektedir. Nüfusun büyük bir bölümü ortak bir nesneyi hatırlıyor gibi görüldüğünde, bu bir kolektif hafıza biçimi olarak düşünülebilir. Kolektif hafızada olaylar ve etkileri de önemlidir. Örneğin Vietnam kuşağının büyük bir kısmının Vietnam dönemini güvensizlik ve bölünme olarak hatırladığında, bu aslında daha genel anlamda kolektif olarak yaratılıp toplanan kolektif bir hafızadır (Schuman ve Scott, 1989, 378).

Assmann, toplumsal belleğin geçmişi yeniden kurgulayabileceğini ve bu şekilde şimdi ve gelecek zamanlardaki deneyimleri organize edebileceğini ifade etmektedir. Halbwachs'ın belleğe ilişkin fikirlerinden yola çıkan Alison Landsberg ise "protez bellek" kavramını ortaya koymaktadır. Protez belleği yapay bir organ gibi tarif eden Landsberg bu tarz bir belleğin 'doğrudan bir kişi veya grup tarafından deneyimlenmeyen ancak yapay bir deneyim ile elde edilen bir bellek' olduğunu öne sürmektedir (2004, 25-26). Dolayısı ile kişinin veya grubun kendisine ait olmayan bir deneyimi sinema, tarihi mekân ziyareti veya televizyon aracılığı ile belleğine eklememesi sonucunda oluşan bu tarz bir bellek, yapay bir organ gibidir ve değiştirilebilir niteliktedir.

Kolombiya, Doğu Antioquia, Güney Cordoba ve Medellin şehrinin üç bölgesindeki bazı kurulların siyasi şiddet mağdurlarının toplumsal hafıza olaylarının özel ve duygusal dönüşüm süreçlerindeki rolü üzerinde duran bir çalışma, ilginç veriler sunmaktadır. Çalışma, toplu hafızanın kamusal olaylarının şiddet olaylarında yaratılan

duygusal süreçlerin dönüşümüne izin verdiğini karmaşık bir görüş aracılığı ile teyit etmenin mümkün olduğunu öne sürmektedir: acının üstesinden gelme (aile kayıpları hariç), üzüntünün kabulü, öfke ve nefretin dönüşümü, örgütsel dinamik ve kamusal bellek olaylarında yeniden teyit edilen karşılıklı destek ve paylaşılan bellek süreçlerinin önemli delilleridir (Villa Gómez 2013, 48).

Gedi ve Elam (1996, 47), bireyin psikolojisi ve Halbwachs ışığında başladıkları kolektif bellek ile ilgili tartışmaların yine aynı psikolojiye daha doğrusu bireyin zihnine geri döndüğünü ifade etmektedir. İkiliye göre kolektif hafıza, aslında kişisel hafızanın "bireysel aklın haklı olarak ya da olmayarak, sosyal bir çevreye uygun olarak gördüğü şeye uyarlanmış uydurma bir versiyonunu nitelemektedir ve "kolektif hafızanın ve kişisel hafızanın mekanizmaları tek ve aynıdır ve aynı bireysel zihinde" mevcuttur. Kolektif hafıza, "kolektif veya sosyal klişelerle özdeşleştirilebilen eski tanıdık mit için yanıltıcı yeni bir isim"dir. Nitekim onlara göre kolektif hafıza, bir 'efsane'dir.

3. Mekân-Kolektif Bellek İlişkisi

İnsan tüm pratiklerini mekân üzerinde gerçekleştirir. Kültürel mirasın tamamı da mekân üzerinde yer alır. Bu nedenle coğrafya kültür araştırmalarının da önemli bir argümanıdır (Gümüüşçü 2018, 99). Mekânların, bellek gibi kolektif belleğin oluşmasında ve aktarılmasında önemli rolleri mevcuttur. Halbwachs'a göre (1980), kolektif hafızada uzamsal görüntüler önemli bir rol oynar. "*Bir grubun kapladığı yer, kişinin istediği şekilde rakam yazıp silebileceği bir kara tahta gibi değildir.*" Ona göre (1980), belirli bir fiziksel ortamla ilgili alışkanlıklar, onları değiştirme eğilimindeki güçlere direnmektedir ve bu direnç bu grupların toplu hafızası olan mekânsal görüntülere dayanmaktadır. Şehirler, tarih boyunca dönüşmektedir. Evler, sokaklar ve yollar varlıkları ile eski zamanların yaşamını sürdürüyor gibi görünürler, ancak tarihsel süreç içerisinde değişimi tecrübe ederler (Halbwachs, 1980). Ceylan ve Demir'e göre de (2020, 217) şehirlerin "statik" bir yapısı yoktur ve şehirler sürekli değişimi yaşarlar. Öyle ki şehirler için değişimin direkt hissedildiği bir "ayna" da denmektedir (Ceylan ve Demir, 2020, 217). Evlerin, konutların ise en belirgin maddi kültür kanıtları olduğu söylenmektedir (Kocaman vd. 2015, 147). Dolayısıyla ile belirli bir tarihi ve geçmişini olan mekânlara ilişkin okumalar ve araştırmalar yapmak ile o yerleri gerçekten gidip ziyaret etmek veya o mekânların eski dönemlerine ait canlandırılmalarını deneyimlemek (diorama, sanal gerçeklik ve arttırılmış gerçeklik gibi teknolojiler ile) mekân ve bellek ile kurulan ilişkinin daha sağlam ve kalıcı olmasını sağlamaktadır.

Halbwachs'da kolektif bellek, bir kişinin sosyal grubunun "yaşayan hafızası" olarak görülür. Tarih, geçmişin "ölü çerçevesi" iken, tamamen organize edilmiş ancak insanın varlığından yoksun tarihlerle ve olaylarla dolu kolektif bellek, onu yaşayanlar tarafından hatırlandığı gibi geçmiştir. Halbwachs'ın kavramının, tarihin temsilinden çok belleğin sosyal ve kültürel doğası hakkında daha genel bir ifade olduğu düşünülmektedir. Çünkü kavram kültürel çerçevelere dayanıyor ve her zaman mevcut veya hayal edilen başkalarıyla gerçekleştiriliyordu (de Saint-Laurent, 2018). Halbwachs'a göre kimlik ise hiçbir şeyden değil karşılaştırılarak, paylaşarak, müzakere ederek ve inşa ederek kolektif kimliğe dönüştürülmüş geçmiş olaylardan yaratılmaktadır (akt. Christian, 2012). Yabancı düşmanlığı, toplumsal önyargılar, ortak tarih anlatıları gibi olgular da kolektif bellek içerisinde yer almakta ve aslında belleği kitlesel ve kolektif olarak taze tutmayı hedeflemektedir (Kwiatkowski, 2006, Kuzmaniç, 2008).

Bilgin (2013, 15-18) ise kolektif belleği iki biçime ayırır: "resmi bellek" ve "canlı bellek." Resmi bellek resmi tarih yazıcılığını, tarihsel anlatıları ifade ederken, canlı bellek olayları yaşayan kimseler tarafından oluşturulur, aslında maruz kalınan bir belleği niteler. Bu belleğin toplumun kolektif kimliği gibi öz saygısı bağlamında sorunsallaştığı

düşünülmektedir (Bkz. Kennedy Suikasti, kent imajı, Dallas ve Dallaslılar) Bilgin (2013, 16), "*toplumun kolektif belleği geçmişi evcilleştirerek ihtiyaçları yönünde bir şekil verme peşinde görünüyör*" der. Ona göre, birçok yerde ve kimlik siyaseti içerisinde kolektif bellek inşasının örnekleri kolaylıkla görülebilir. Örneğin Komünist Çin'de devrim öncesinde ve sonrasında Konfüçyüs temsilieri gibi, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) 1860'lardan itibaren Washington'un temsilieri de çarpıcı bellek yönetimi örnekleri olarak düşünülmektedir (Bilgin 2013, 16).

Bellek türleri bağlamındaki benzer bir yaklaşım Halbwachs'da da görülür. Halbwachs *otobiyografik hafıza, tarihsel hafıza, tarih ve kolektif hafıza* bağlamında dikkat çekici bir ayrıma gider. Otobiyografik hafıza, yaşadığımız olayların hafızası olarak tanımlanırken, tarihsel hafıza tarihsel kayıtlarla bize ulaşan hafıza olarak tanımlanır. Kolektif hafıza ise "kimliklerimizi oluşturan aktif geçmiş" olarak tanım bulur (Loiko vd. 2016).

4. Tarih ve Kolektif Bellek Aktarıcısı Olarak Dioramalar

Chartier'nin "bir anlatı biçimi" olarak, gerçekle sürdürdüğü özel bir ilişkiye sahip olduğunu ifade ettiği tarihin tek olduğu yaklaşımından yola çıkan Iggers (akt., 2012, 13), tarihin gerçek ile olan ilişkisi üzerine de düşünülmektedir. Chartier'nin "tarihin anlatısal yapısının gerçekten var olan bir geçmişi yeniden canlandırmayı amaçladığını" ifade etmesi önemli bir argümandır. Chartier (akt. Iggers 2012, 13), "*Tarihsel metinden önce var olan ve onun dışında bulunan, metnin anlaşılabilir bir dökümünü verme işlevini üstlendiği böyle bir gerçeklikle ilişkisi ... tarihi oluşturur ve onun masal ya da rivayetten ayrılmasını sağlar*" der. Buradan hareketle Iggers (2012, 13), gerçek ve yalan arasındaki ayrımın tarihçinin eseri bağlamında esas olmayı sürdürdüğünü ve eleştirel düşünce içerisinde bir kavram olarak gerçeğin son zamanlarda oldukça karmaşıklaştığını belirtir.

Tarihin gerçek olan mı yoksa yazılan/anlatılan mı olduğu yönünde tartışmalar her dönemde devam etmektedir. Dolayısıyla tarih her zaman yazılı olan olarak anlaşılmalıdır. Örneğin Roux (2015, 25) "*Türk tarihinin bazı yazılı kaynaklara başvurma olanağını ortadan kaldıran kimi özel güçleri vardır. Yüksek kültürlü ülkelerde cereyan etmiş olaylar genelde ya okuması yazması olmayan ya da davranışlarının ayrıntılarını bir kenara kaydetmeye pek alışkın olmayan topluluklarda gözden uzak bir biçimde hazırlanmışlardır...*" der. Bununla birlikte "tarih ile kuramın ayrımlanmasını" gözden kaçırmamak gerektiğini düşünen yaklaşımlar da mevcuttur (Burke, 2012). Burke'a göre (2012, 17-18) zaman içerisinde tarih ile toplum kuramı arasında yakın ilişkiler kurulmuştur. Öyle ki 1960'lı yıllarda sosyolog ve antropologların dikkati, toplumsal değişimin hızlanmasına yoğunlaşmış ve dönüşümler gözlemlenirken araştırmaları geçmişe uzatma gerekliliği hissedilmiş, dolayısıyla ilgi kitlesel olarak siyasal tarihten sosyal tarihe doğru kaymıştır. Bununla birlikte Burke'a göre (2012, 20), alt bir disiplin olarak toplumsal tarih, iki gruba ayrılma tehlikesinde. Çünkü büyük eğilimlerin karşısında küçük ölçekli örnek olay incelemeleri vardır. Somut olarak belirtmek gerekir ise toplum tarihçileri ile mikro tarihçiler bazı bakış açıları karşı karşıya gelmektedir.

Iggers'a göre (2012, 32) 19. yüzyılın sonunda, tarih yazımının temelindeki önyargılara yönelik eleştirel bir bakış açısı gelişmeye başlamış ve çoğunlukla önemli kişilikler ve olaylar üzerine temellenen 'anlatısal' ve 'siyasal' tarih anlayışına itiraz gelmiş, ancak tarihin *profesyonel bir disiplin* olması gerektiği ve tarihin kendisini bir *bilim* olarak düşünmesi durumu sorgulanmamıştır. Burke da (2012, 3-5) tarihin yer yer toplumsal olduğu kadar siyasal da olduğunu belirtir. Sarlo (2011, 15), "*geçmiş ve geçmişteki kişilerin ideolojik ve kavramsal yeniden düzenlenmesi, kültür sosyolojisi ve bugünle ilgili kültürel çalışmaların gerçekleştirdikleri tematik ve yöntemsel yeniliklerle örtüşür.*" der. İnsan bireysel ve kolektif tarihindeki çok şeyi hatırlıyor ve unutuyor (Ricoeur, 2012).

Genel olarak hobi amaçlı yapılan dioramalar da tarih ve kolektif belleğin aktarıcısı olabilmekte ve hatırlatılmak istenileni sıcak/taze tutmaya çalışmaktadır (Yegen ve Ulusoy, 2020). Canlandırma olarak nitelediğimiz dioramaların geniş bir perspektifi vardır ve an'ları canlandırarak var olanı ya da tahayyül edileni resmeder, görselleştirirler. Wonder'a göre dioramalar insanlığa ilginç hikâyeler anlatabilir (Gyllenhall vd. 2013, 3, Hutterer, 2015). Örneğin İstanbul'da bulunan ve özellikle turistler tarafından büyük ilgi gören *Miniatürk*, bir dioramalar bütünü niteliğindedir ve Türkiye'nin tarihi, kültürel değerlerini/mekânlarını retoriği güçlü bir şekilde resmetmekte, sunmaktadır. "Büyük Ülkenin Küçük Bir Modeli" sloganı ile 2001 yılında temelleri atılan ve 60.000 metrekaarelik bir alanda yer alan tema park Miniatürk'te Dolmabahçe Sarayı, Galata Kulesi, Sümela Manastırı gibi çeşitli tarihi, kültürel ve dini yapıların maketleri yer almaktadır. Miniatürk'de Panorama Zafer Müzesi de dikkat çekmekte ve ulusal görsel bir duruş/temsil niteliği taşımaktadır. Kurtuluş Savaşı ve Çanakkale Savaşı'nın neredeyse tüm unsurları ile diorama olarak canlandırıldığı müze, Cumhuriyet'in 80. kuruluş yıldönümünde inşa edilmiştir. Bazı yaklaşımlara göre, kültürel zenginlikleri temsil eden Miniatürk Osmanlı'yı kozmopolit sunmayı amaçlarken, mücadeleden bir konsensus oluşturmayı da hedeflemektedir. Panorama Zafer Müzesi de bu bağlamda önemli bir misyon görmektedir. Bazı yaklaşımlar ise Panorama Zafer Müzesi'ndeki dioramalar dolayımı ile gerçekleştirilen tarihi canlandırmaların etkili olduğunu vurgularken, Miniatürk'teki içerik baskınlığının Osmanlı ve Selçuklu olgularında olduğunu iddia etmektedir (Türel, 2018, Walton 2017, 202-05, Miniatürk 2018, Çelebi, 2017). Miniatürk'te (2020) Türk-Japon ilişkileri noktasında oldukça önemli olan ve tarih sahnesinde trajik de bir şekilde anılan Ertuğrul Fırkateyni'nin² tasarımı da yer almaktadır. Ertuğrul Fırkateyni Türk ulusunun dostluk, yardımseverlik anlayışına gönderme yapan bir olay ve anlatı olması bakımından da önemlidir.

Ankara'da, Anıtkabir'de bulunan *Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi*'ndeki "*Çanakkale Savaşları, Sakarya Meydan Muharebesi ile Büyük Taarruz*"u anlatan panoramalar³, teknik olarak diorama olmasa da dioramaların verdiği canlandırma anı ve hazzını veren mekanizmalardır. Çünkü bu panoramalarda gerçeklik resmedilir ve canlandırılır. İlgili panoramalar, hem birer beyaz propaganda mekanizması olarak okunabilir ve ulusun gücünü, azmini gösterir; hem de kolektif belleğin oluşması ve aktarılmasında (tarihi bir anın canlandırılması bağlamında) kültürel eser, miras olma özelliği taşır. Dolayısı ile dioramaların amaçları gibi, kurgulanma biçim, içerik ve periyodları da önem taşır ve bunlar birer hafıza mekânı olarak görülebilir. Nora (2006, 10) hafıza ve hafıza mekânları konusunda fikirlerini şu şekilde ifade etmektedir:

"Hafıza mekânları, birçok boyuta sahip önemli buluşma yerleridir. Bunlar tarihin tarihi olduğuna göre tarih yazımsal boyut

² Ertuğrul Fırkateyni için şöyle denmektedir: "*Sultan Abdülaziz döneminde yaptırılan Ertuğrul Fırkateyni, 1861 tarihinde tamamlanmış, 19 Ekim 1863 tarihinde padişah huzurunda denize indirilmiş, Dolmabahçe Sarayı önünde demir atmıştır. Ertuğrul Fırkateyni, Japonya'ya bir dostluk ziyareti yapılmak üzere seçilmiştir. Japonya'dan dönüş seyri sırasında, 16 Eylül 1890 tarihinde yakalandığı bir fırtına da Oşima Adası'ndaki Kaşinozaki Burnu'nda kayalara çarparak batmıştır*" (<https://www.miniatürk.com.tr/tr/ertugrul-firkateyni-eser-870>).

³ Anıtkabir Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi dört bölümden oluşmaktadır ve ikinci bölümünde yer alan Çanakkale Savaşları, Sakarya Meydan Savaşı ve Büyük Taarruz'un anlatıldığı panorama ile yağlı boya tablolar üzerinden ziyaretçilere "*Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna giden yolda yaşanan güçlüklerin*" hissettirilmeye çalışıldığı düşünülmektedir

(<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecek/yer/anitkabir-ataturk-ve-kurtulus-savasi-muzesi>), Ayrıca Bkz. https://www.anitkabir.tsk.tr/03_muzeler/panoramalar_ve_yagli_boya_tablolar.html

olarak hep vardılar; tarih bunlarla oluşur; tarih mekânların araçları, üretilişi ve işleyişini konu alır. Aynı zamanda etnografik bir boyut vardır; zira geleneğin sıcaklığıyla bağlı olduğumuz bildik alışkanlıklarımızdan kopmak, bizzat hafıza coğrafyamızın haritasını çizmek söz konusudur. Psikolojik boyut da vardır, çünkü bireyin kalabalığa denkliliğinin soyutlamamız ve bireysel planda açık ve net tanıma sahip olmayan kavramları-bilinçaltı, simgeleştirme, sansür, transfer-sosyal alana taşımamız gerekir. Bir de siyasi boyut vardır, burada siyaset deyince gerçekliği değiştirmeye yönelik kuvvetler bütünü anlıyoruz. Gerçekten de hafıza içerikten çok bir çerçevedir; her zaman elde bulunan bir koz, bir stratejiler bütünü, varlığından çok kullanılma biçimiyle değer taşıyan bir olgudur. Burada hafıza mekânlarının edebi boyutuna ulaşıyoruz; bu ise tarihçinin sahneleme sanatı ve kişisel bağımlılığıyla ilgilidir."

Neiger ve arkadaşlarına göre (2011, 7) akademi ya da tarihi müzeler, "geçmiş üzerinde mutabık kalınan ve kamuca bilinen sözleşmelere göre tasvir eden ortak bir ethos'a" sahip olan bellek ajanlarıdır ve onların aksine bellek aktarımı konusunda medya türleri arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır.

5. Kolektif Bellek ve Dijital Çağda Değişen Yapısıyla "Anlatı"

İletişim teknolojileri kolektif belleğin yeniden inşasında ve meşrulaştırılmasında rol sahibidir. Atık ve Bilginer Erdoğan da iletişim teknolojilerinin, medyanın kolektif belleğin aktarımında önemli bir rolü olduğunu belirtir. Medya gerçekliği tekrar kurgulayarak, yeniden *inşa* ile *kolektif bilinç* ve *kolektif bellek* dolaylı bir gerçeklik hedefler (2014, 15). Geçmişin resmi yollardan toplumsal hafızada yapılandırılmasına katkıda bulunan medya, selektif ve *kasıtlı bir unutmaya* da yönlendirme suretiyle "yapısal amnezi"yi güçlendirdiği gibi *toplumsal oydası* amaçlı geçmişte birtakım olayları da gündemde tutar, unutturmaz (Başaran İnce, 2010). Bu durum *gündem belirleme* ve *kamuoyu oluşturma* tartışmaları çerçevesinde değerlendirilebilir. Orhon (2015, 26) bellek ile medya arasındaki ilişkiyi, medyanın hatırlama üzerindeki güç ve baskısı üzerinden temellendirmektedir.

Doyuran (2017), medya aracılığı kolektif belleğin inşasında tarihi olayların yeniden kurgulanmasına dikkat çeker. Ona göre bu kurguyu *yazılı* ve *görsel medya*, televizyon dizileri ve belgesel filmler ile geçmişte tekrar kurgular, kolektif bellek inşa eder ve geçmişte gerçekliğinden farklı olarak yeni bir kurgu ile sunar. Dooyuran'a göre (2018), genellikle tarihi konu ve olaylara temellenen *belgesel filmler*, sunduğu bilgi ve iletilerle kolektif belleği inşa eder ve bu yapımlar kolektif bellek bağlamında esaslı bir "bellek mekânı" olarak değerlendirilebilir. Bu durumu, Sultan Abdülhamid belgeselleri örneğinde inceleyen Dooyuran, kolektif bellek bağlamında *Abdülhamid'in ve saltanat sürecinin yeni ve farklı bir anlatımla* tekrar inşa edildiğini gözlemiştir (2018). Dooyuran'ın ifade ettiğine göre II. Abdülhamid belgeselleri aracılığıyla, bireylerin ilgili döneme ilişkin enformasyonu II. Abdülhamid'e ilişkin *algılar yenilenmekte*; kolektif bellek inşasında II. Abdülhamid'e odaklanış dikkat çekmektedir. Tarih yeniden kurgulanırken bugün ile de bağ kurulmakta, *ulusal ve uluslararası siyasete yön verici mesajlar* da gözlenmektedir (2018).

Türk ulusal kimliğinin oluşumu ile tekrar üretiminde *Çanakkale Savaşı anlatılarının* rolüne, söz konusu anlatıların örgün eğitim kurumlarında okutulan tarih ders kitaplarındaki kurgu ve sunumu üzerinden odaklanan bir çalışmada, bu anlatıların Türk ulusal kimliğinin inşasında önemli bir rol üstlendiği sonucuna varılmıştır. İlgili

anlatılar kolektif belleğin canlı tutulmasını sağlarken, kültürel bir miras özelliği de taşımaktadır (Gençoğlu, 2015, 348).

Günümüzde popüler bir olguyu niteleyen yeni medya kolektif bellek içerisindeki unsurların daha hızlı, kitlesel ölçekte ve interaktif şekilde aktarımını mümkün kılmaktadır. Teknolojik distopyanın güncel örneklerinden birini niteleyen ve antolojik bir Netflix dizisi olan *Love, Death & Robots*'ın "Ice Age" adlı bölümünde, insanlık tarihinin bir buzdolabı içerisindeki diorama yaşam ve deneyimler ile gösterilmesi de dikkat çekicidir. Öyle ki bölümde, yeni evlerine taşınan genç bir çift, antika dondurucularına gizlenmiş kayıp bir medeniyete rastlamaktadır. Antika dondurucunun içindeki zaman, dünyamıza kıyasla inanılmaz derecede hızlandırılmış şekilde hareket etmektedir. Birkaç dakika içinde, sanayi devriminden modern dünyaya geçiş görülebilmekte; nükleer bir soykırımla karşılaşılabilen, fütüristik bir teknoloji çağı ile baş başa kalılabilmektedir. Bölümde insanlık, kavrayışın ötesinde gelişmiştir ve bu yüzden dondurucu içindeki medeniyet, gerçekliğin saf dışı bırakılabileceği bir noktaya evrilmiştir. Cep evren ile insanlık, "canlı olmanın" ne demek istediğinin ötesine geçmiş, kozmos ile bütün olmuştur (Spencer, 2019, Robinson, 2019). Ve bölümde tüm bu olanlar, yani insanlık tarihinin dikkat çekici bu kısmen dijital ve distopik evrimi, bir dondurucu mekân kullanılarak dioramalar ile resmedilmiştir. Dondurucuda yaratılanlar kurgusaldır, ancak öylesine gerçektir ki, dondurucunun kapağı her açılıp kapandığında bu gerçeklik değişmekte, yeniden biçimlenmektedir. Burada bir an olarak gerçeklik öyküsel olarak da kurgulanmakta, evren ve gerçeklik güncellenmektedir (Resim 1).



Mike and Sam are also in the cast of Love, Death and Robots: Ice Age (Image: NETFLIX)



Topher Grace and Mary Elizabeth Winstead are in the Love Death and Robots Ice Age cast (Image: NETFLIX)

Resim 1. Love, Death & Robots: Ice Age

Fotoğraf, bellek ve sosyal medya ilişkisini incelemeyi amaçlayan bir çalışma, belleğin *hatırlama*, *unutma*, *yeniden hatırlama* ve *anı yaratma* pratikleri noktasında fotoğrafı nasıl bir araç olarak kullandığını ve buradaki duallik analogisini ortaya koymaya çalışmıştır. Bireysel eylemlere teknoloji dönüşümlü olarak odaklanan çalışmada, dijital çağda fotoğrafın yayın yönü ve sınırında yaşanan değişimin bellek üzerinde etkisi olduğuna ilişkin bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Günümüzde biriktirme ve paylaşma olguları değişmiş, dönüşmüştür. Dolaşım ağının sınırsızlaşması fotoğrafın eylem ve etki gücü artırmış; bir *bellek tetikleyici*, *oluşturucu* ve *yeniden yapılandırıcı* olarak "fotoğraf", hızlı ve kitlesel olarak paylaşılmıştır (Şendeniz, 2015, 30).

Sosyal medyanın "yeni bir anlatı kültürü" ortaya çıkardığını söyleyen Tokgöz, sosyal medya platformlarında kullanıcının yaşam hikâyesini yansıttığını, platformların *hikâye (story)* özellikleri ile özet şeklinde günlük rutinlerin paylaşılabilirliğine dikkat çeker. Hikâyesinin izlenmesini ve beğenilmesini isteyen birey (kullanıcı), sosyal medya anlatıları ile arzu ve ettiği idealize ettiği kimlikleri sunar. Bu hikâyelerinin 24 saat sonunda uçma özelliği ise yeni nesil tüketim pratikleri üzerinden *carpe diem* (anı yaşa) felsefesine de işaret ederken, sosyal medyanın dijital bellek oluşturma rolü de açıklığa kavuşur (2017). Sosyal medya ortamlarındaki kimlik inşasına, statü sahibi olma arzusunun da eşlik edebildiği ve gündelik yaşamın sunumuna dijital benlik sunumunun da eklendiği belirtilmelidir (Güz ve Yegen, 2017).

6. Sanal Gerçeklik ve Bellek

"Virtual" (sanal) ve "Reality" (gerçeklik) kelimelerinin birleşmesinden oluşan sanal gerçeklik kavramı, günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte felsefi bir tartışma konusu olan "gerçeklik" tartışmalarını başka bir boyutta yeniden gündeme getirmiştir. En basit tabir ile sanal gerçeklik 360 derece olarak bilgisayar ortamında yaratılan meta evrenlerin kullanıcılar tarafından deneyimlenmesi üzerine çalışan bir bilgisayarlı simülasyon teknolojisidir. 1916 yılında Albert Pratt'ın dünyada ilk kez giyilebilen başlık (HMD, head mounted display) öncüsü olan giyilebilen persikop patentini almasından 1956 yılında Sensorama'nın icadına (Sherman ve Craig, 2003, 24-36), günümüze bakıldığında ise mobil olarak giyilebilen hale dönüşmüş olan sanal gerçeklik teknolojisiyle kullanıcılar, yüksek interaktivite ve bilgisayar temelli multimedyalı ortamları ile yaratılan sanal dünyanın bir parçasına dönüşmektedir (Giraldi vd., 2017).

Sanal gerçeklik teknolojisi kendisinden önce gelen mevcut iletişim teknolojilerinden bazı öğeleri bünyesinde barındırmakla beraber video oyunlarından aldığı etkileşimle kullanıcıları farklı bir deneyimle hemhal etmektedir. Sanal gerçekliği diğer yeni medya araçlarından ayıran en önemli nokta olan "telepresence" yani orada olma hissi yaratmasıdır. Getirdiği etkileşim ve kullanıcı hareketlerine duyarlı *geri bildirimler* ile kullanıcının *o ortamdaki varlığını simüle eden* sanal gerçeklik teknolojisi, bu bağlamda dijital oyun sektörü ile kesişmektedir. Oyun ve sanal gerçeklik dijital olarak yaratılan bir gerçeklik tahayyülü üzerinde etkileşime girerek farklı dünyaları ve deneyimleri yaşayan kullanıcılar zemininde bir araya gelmektedir. Dijital oyunların etkileşim olanağı, oyuncu(lar) ve bilgisayar arasındaki iletişime aracı olmaktadır (Erkılıç ve Dönmez, 2020, 328).

Dijital bir iletişim aracı olan sanal gerçeklik teknolojisinin sahip olduğu yüksek empati duygusu oluşturma yetisi onun bellek oluşturma ve hatırlama noktasında da önemli bir noktada durduğunu göstermektedir. Bailey ve arkadaşları (2012) "*Presence and memory: Immersive virtual reality effects on cued recall*" başlıklı çalışmalarında insanların gerçek dünyayı nasıl algıladıkları ve deneyimlediklerinden hareketle hazırlanan bir sanal gerçeklik içeriğinin doğru zamanda deneyimlendiğinde bireylerde duygusal olarak etkili olabilecek olan eğitici ve davranışsal değişiklik yaratabilecek bir

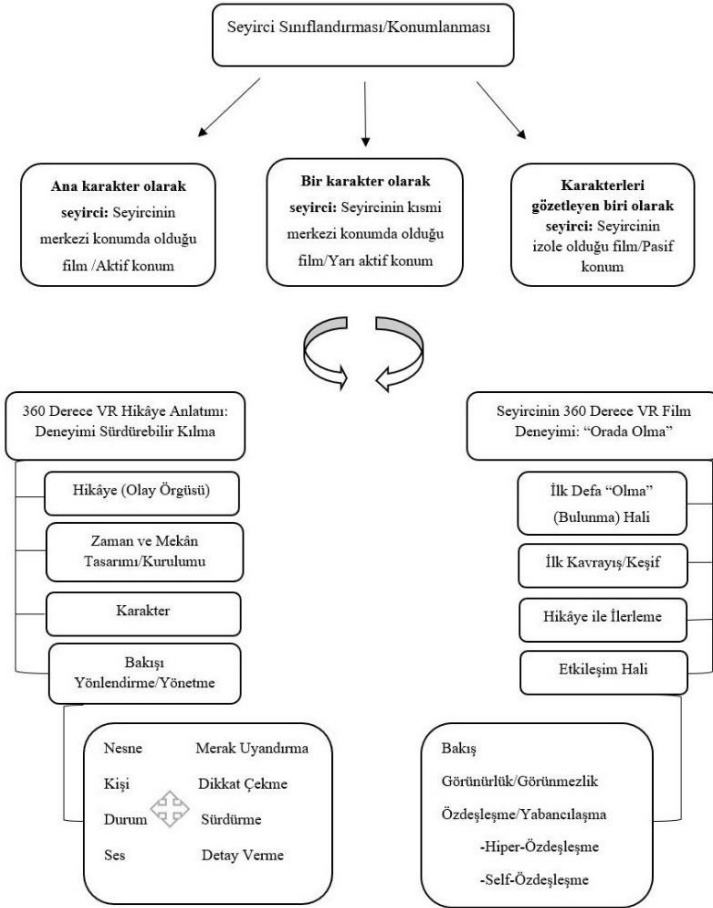
bellek oluşmasında etkili olabileceğini öne sürmektedir. Van Loon ve arkadaşları (2018) hedef odaklı olarak hazırlanan sanal gerçeklik içeriklerinin empati yaratma konusunda oldukça etki olduğunu yaptıkları bir deney ile gözlemlemişlerdir. Ayrıca Segovia ve Bailenson (2009) yaptıkları araştırmada medya aracılığı ile oluşturulan yanlış belleklerin daha etkili ve kalıcı olduğu görmüşlerdir.

7. "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" Sanal Gerçeklik Deneyimi

Empati yaratma ve bellek oluşturma noktasında bu denli etkili olan bir araç olarak sanal gerçeklik teknolojisinin toplumsal belleğin oluşturulmasında kullanılması kaçınılmaz olarak görülmektedir. Tıpkı Eleven Eleven VR (Dönmez ve Yegen, 2021) sanal gerçeklik anlatısının dijital hikâye anlatımı ile dioramaların canlanmasını bir araya getiren anlatım tarzı gibi tarihi bir olayı veya bir hikâyeyi dinlemek, izlemek ya da okumak yerine o olayı deneyimlemek adına gerçek olaylardan yola çıkarak hazırlanan sanal gerçeklik içerikleri hem eğitimde hem de kolektif bellek oluşturmada önem kazanmaktadır. Tarihi açıdan önemli olayların ve anların insanların belleğinde daha kalıcı bir yer edinmesi ve nesiller arası aktarımın da sanal gerçekliğin nimetlerinden faydalanarak empatik bir bellek oluşturmak için hazırlanmış içeriklerden birisi de yönetmenliğini Brandon Oldenborg'un yaptığı ve yapımcılığını MWM⁴ Interactive'in üstlendiği "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" isimli sanal gerçeklik deneyimidir. 2019 yılında Tribeca Film Festivali'nde "Out-of-home VR Entertainment of the Year" (Venturebeat, 2020) ödülünü alan içerik, 1. Dünya Savaşı sırasında Belçika'da 31 Temmuz 1917 - 10 Kasım 1917 tarihleri arasında gerçekleşen Büyük Passchendaele Muharebesi'nden bazı çatışma anlarını deneyimleme imkânı sunmaktadır.

Molo (2021), 360 Derece VR film çözümlenmesi için aşağıdaki modele işaret etmektedir ve söz konusu modelden, "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" sanal gerçeklik içeriğinin çözümlenmesi noktasında yararlanılmıştır. Model temel olarak; karakter çözümlenmesi adına 'Seyirci Sınıflandırması/Konumlanması', hikâye, zaman ve mekân tasarımı/kurulumu, karakter, bakışı yönlendirme/yönetme üzerinden '360 Derece Hikâye Anlatımı: Deneyimi Sürdürebilir Kılma' ve ilk defa "orada olma" (bulunma) hali, ilk kavrayış (keşif), hikâye ile ilerleme ve etkileşim hali dolayısıyla 'Seyircinin 360 Derece VR Film Deneyimi: "Orada Olma" durumlarına odaklanır.

⁴ <https://www.madisonwellsmedia.com/interactive>



Şekil 1. "360 Derece VR Film Çözümleme Modeli" (Molo, 2021)

Tarihi olaylar ve savaşlar konusunda yaptığı yayınlarla ünlü gazeteci Dan Carlin'in⁵ seslendirdiği içerik kullanıcılara, 1. Dünya Savaşı'nda savaş meydanında olmanın nasıl bir duygu olmak olduğunu hissettirmeye odaklanmaktadır (Jagneaux, 2020). Carlin sanal gerçekliğin farklı boyutlar yarattığını ve bu yolla anlatıcının önceki hikâye anlatma araçlarında olmadığı kadar izleyicisi ile etkileşim kurmasına olanak sağladığını ifade etmektedir (2020).

⁵ <https://www.dancarlin.com/>



Resim 2. "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" Sanal Gerçeklik İçeriğinden Ekran Görüntüleri

Tribeca Film Festivali'ndeki ilk gösteriminde mekânsal olarak titreşimleri ve patlamaları hissetmeyi sağlayan ve yapay olarak ısı kaynakları ile ateşi hissetmeyi sağlayan elementler ile galada izleyicilere/kullanıcılara gerçek bir savaş alanı deneyimi (Charlton, 2020) yaşatan içeriğin evinde deneyimleyen kullanıcılara daha fazla eğitsel bir işlev üzerinden deneyim yaşattığı görülmektedir. Bu sebeple festivalde deneyimlenen içerikle evde kendi donanımları ile içeriği deneyimleyen seyircilerin algıları farklı olabileceğini belirtmek gerekmektedir.

Seyirci Sınıflandırması/Konumlanması

Molo'nun (2021) modelinden hareketle "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory"de ilk aşamada doğrudan etkileşimin olmadığı içerikte, seyirci ana karakter olarak aktif bir konumda ya da merkezde yer almamaktadır. Hatıraların canlandırılmasıyla yaratılmış içerikte, seyircinin *kısmi merkezi konumda yarı aktif* bir karakter olduğu görülmektedir.

360 Derece Hikâye Anlatımı: Deneyimi Sürdürebilir Kılma

Hikâye ve olay örgüsü bakımından içerik, Passchendaele muharebesinde savaşmış bir askerin hatıralarının 360 derece olarak canlandırılması yolu ile kurulmuştur. War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory *zaman ve mekân tasarımı* olarak 1. Dünya Savaşı atmosferinde ve içeriğe konu olarak askerin hatıralarından yola çıkılarak tamamen bilgisayar üzerinde dijital olarak tasarlanmıştır. Seyirci içerikte *karakter* olarak olayları deneyimleyen, olayların içinde bir tanık olarak yarı aktif olarak konumlandırılmıştır. *Bakış* olarak özgürce istediği noktaya bakma özgürlüğüne sahip olan seyirci, detaylı betimlemeler yapan bir anlatıcı ses (karakterin kendi ağzından hatıralarının seslendirilmesi) ile yönlendirilmektedir. İçerikte gerçeklik duygusunu arttırmak adına zaman zaman Carlin'in sesinin, etraftaki tankların palet seslerinin ve patlamaların altında bir seviyede kaldığı duyulmaktadır. Etrafta çarpışan askerlerin 360

derece olarak ambisonic⁶ bir şekilde başarılı bir şekilde yerleştirildiği görülmektedir (Takahashi, 2020).



Resim 3. "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" Sanal Gerçeklik İçeriğinden Ekran Görüntüleri

Seyircinin 360 Derece VR Film Deneyimi: "Orada Olma"

İlk kavrayış ve ilk defa olma ya da bulunma hali detaylı betimleme sunan dış sesin yönlendirmesi ile kurulmuş ve seyirci ile güven ilişkisi sağlanarak *hiper-özdeşleşme* sağlanmıştır. *Etkileşim* olarak sadece *bakış* özgürlüğüne sahip olan seyirci başarılı seslendirme ve uzamsal sesler ile hiper-özdeşleşme sağlamaktadır. Savaşta farklı anlar ve hatıralar, ses geçişleri ile birbirine entegre bir senaryo eşliğinde yumuşak geçişler ile birbirine bağlanmıştır. Siperler arasındaki bir yeraltındaki telsiz odasına girildiğinde kullanıcı ve savaş arasında kalan tek şey hafif ışık sızdıran bir kapı, ortamı aydınlatan tek şey ise kırpışan bir lambadan ibarettir. Bu ortam, ambisonic sesler ile bir araya getirilerek kullanıcıda klostrofobi⁷ hissiyatı yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu durum yine uzamsal tasarımlarda hiper-özdeşleşme hizmet etmektedir. Toplamda 12 dakika süren içerikte, kullanıcılara savaşın yıkımı ve savaş alanında olmanın oyun oynamaktan ne kadar farklı olduğu hissettirilmeye çalışılmıştır. Carlin bu deneyimi yaratmaktaki amacını şu şekilde ifade etmektedir:

İnsanlara bu hayal edilemez savaş alanında askerlerin deneyimlediklerini tattırarak bir zaman makinesi yaratmak istedim ve insanlara katlanılabilir bir deneyim yaşatabildiğime inanıyorum. Umarım insanlar- öğrenciler, öğretmenler ve halk, dünya tarihindeki etkili olaylardan birini daha iyi anlamak için bunu kullanabilir (Jagneaux, 2020).

Jamie Feltham (2020) *War Remains* içeriğinin Hollywood'un gerçek bir zaman makinesini ele geçirerek kullanıcıyı etkileyen bir bomba olduğunu öne sürmektedir. Patlamalar, sallantılar, silah sesleri ve kafanızın içinde yankılanan sesler bu anlık görüntü

⁶ Tam küresel çevresel ses formatı.

⁷ *Kapalı alan fobisi* (Erkoç vd., 2015, 20).

üzerinden resmin tamamını anlayamadığı hissiyatını kullanıcıya geçirmektedir. Yani bu ana tanıklık eden veya deneyimleyen kullanıcıların zihninde büyük resmi daha net görebilmek adına soru işaretleri belirlemektedir. Çoğunlukla üzücü bir deneyimle karşı karşıya kalan kullanıcılar tarihsel eğitimin bir parçası gibi çatışmanın tüm öyküsünü deneyimlemek yerine en can alıcı ve empatiyi en çok tetikleyici anların birleşiminden oluşan bir içerik deneyimlemektedir.

Cale Hunt (2020) *War Remains* içeriği ile ilgi görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir:

... 1. Dünya Savaşı muharebelerinin hareketsiz fotoğraflarını ve titreşimsiz videolarını görmek bir şeydir, peki ya oturmak ve gerçek zamanlı olarak gerçekleşmesini izlemek için zamanda geri taşınmaya ne dersiniz? *War Remains* bir oyun değil. Yetişkin izleyiciler için tasarlanmış sürükleyici bir deneyim. Gürültülü, acımasız, bilgilendirici. Pek çok tarih kitabı okudum, ancak bu *War Remains*'in sunabileceği bir şey olmadığı anlamına gelmiyor. Daha önce hiçbir savaş alanının üstündeki bir gözlem balonuna çıkmamıştım. Daha önce askerler zirveye çıkarken hiçbir siperde bulunmadım, savaşta daha önce hiç görülmemiş modern makineli tüfeklerle kurşun yağmuruna tutulmadım ve daha önce hiç havan topçuları tepemde yuvarlanırken, üstümdeki kaba tavanı sallayıp lambaları söndürürken bir sığınağa sığınmamıştım.

Diego Escala ise (2020) içeriğin görsel kalite olarak yeterli olduğunu ancak daha yakından uçan uçaklar ve tehlikeli manevralar gibi farklı dramatik unsurlar kullanılarak daha can alıcı bir üslupla daha etkili bir içerik yaratılabileceği görüşündedir. Kullanıcının hikâyeyi deneyimlerken tıpkı sinema filmi izler gibi güvenli bir mesafede kaldığını düşünen Escala içeriğe daha yakından tanık olan ve zaman zaman katılım sağlayabilen bir yapının daha etkileyici olduğunu öne sürmektedir. Sanal gerçekliğin en önemli nimetlerinden birisi olan etkileşimin olmamasını bir eksiklik olarak gören Escala'nın bu görüşü içeriğin tekniği açısından mümkün olabilme potansiyeline sahip olmakla birlikte, empatik ve etik açıdan sorun teşkil etmemesi ve daha eğitici olabilmesi adına bu şekilde tasarlandığı göz önüne alınmalıdır.

8. Sonuç ve Değerlendirme

Tarihi olayların veya unutulması istenmeyen hatıraların kimi zaman bireysel kimi zaman ise resmi tarih olarak anlatılarda yer bulması kaçınılmazdır. Anlatılmaya değer bulunan anılar zaman makinesindeki yerlerini anlatı araçları ile alırlar ve nesiller arasında hareket ederler. Yazılı belgesi, fotoğrafı veya video kaydı olmayan anılar ve hatıralar tarihin tozlu sayfalarında kaybolmamak için yoruma muhtaçtırlar. Kaldı ki savaş gibi tarihi olaylar savaşın taraflarının toplumsal belleklerinde farklı yorumlanırlar. Olayın gerçekliğinden bağımsız olarak anlatıcının mahareti ve anlatı aracının yetkinliği ölçüsünde kendisine bir yer edinen anlatılar bu yolla kolektif belleğe dönüşmektedir. Tarih içerisinde sözlü kültürden günümüzde dijital hikâye anlatıcılığına dönüşen anlatılar bugün sanal gerçeklik teknolojisinin nimetlerinden yararlanarak artık sadece dinleyen ya da izleyen olmayan, doğrudan olayı deneyimleyen kullanıcılar yaratmıştır. Olaylar birinci elden deneyimlendiğinde kolektif bellek oluşumunda daha da kalıcı bir etki yaratmaktadır. Nasıl ki tarihi görüntüler ile donatılmış bir belgesel toplumsal bellek oluşumuna bir propaganda aracı olarak hizmet edebilir ise sanal gerçeklik içerikleri de bu türden bir etki yaratmak için biçilmiş kaftan olarak teknolojinin tüm nimetlerini yaratıcılara sunmaktadır. Bu bağlamda dioramalardan, anı canlandırmadan beslenen

"War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" isimli sanal gerçeklik içeriği sarmalayan, kullanıcıyı içerisine çeken bir hatıra deneyimi olarak kısa bir zaman dilimi içerisinde geçmişe bir yolculuk sunan bir zaman makinesi gibi son derece etkili bir şekilde işlemektedir.

İçeriğin senaryo ve sanal gerçeklik entegrasyonunun kusursuz işlemesinin nedenlerinden birisi de sanal gerçekliğe uyarlanmaya uygun bir olaydan alınmasından kaynaklanmaktadır. Savaşın iki taraf arasında olduğu düşünüldüğünde belirli bir taraftan veya cepheden verilmeyen hikâyede mümkün olduğunca tarafsız bir şekilde yalnızca savaş ortamının deneyimlenmesine odaklanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte içerikte tarihin o an'ı, savaş içerisindeki his ve aidiyet kullanıcıya doğrudan geçmektedir. Daha interaktif olarak tasarlanma imkânı bulunmasına rağmen bu şekilde tasarlanmayan içerikte kullanıcıların aşırı empati duygusu yaratılması sebebi ile içerikten rahatsız olabile ihtimalinin göz önünde bulundurulduğu söylenebilir. Özellikle de söz konusu savaşın tarafı olan veya o dönemle ilgili kendi belleklerinde duygusal bağlar barındıran birey ve gruplar için rahatsız edici olma potansiyeli taşıdığı için içeriğin kullandığı anlatı biçiminin yeterli olduğu söylenebilir. Savaş gibi tarihi olgular kompleks sebeplere ve birden fazla tarafa sahip olan ve her bir tarafından kendince haklı sebepleri olan bir olgudur. Bu bağlamda bu tür içerikler üretilirken yalnızca bir tarafın beklentileri ve arzularının aksında içerik üretilmemesi gerekmektedir.

Dünyanın herhangi bir yerinde yaşamış bir toplumun veya bireylerin hikâyelerini anlatırken dikkat edilmesi gereken hassas noktalar ile dünya savaşları gibi küresel aktörleri, nedenleri ve sonuçları olan tarihi olayları anlatırken dikkat edilmesi gereken noktalar arasında elbette ki farklar vardır. İçerik üreticisinin herhangi bir olayı kendi toplumsal ve kültürel belleğinden bağımsız olarak tarafsız bir şekilde üretmesi gerekmektedir. Dolayısı ile War Remains gibi bir örneğin anlatısı kurulurken olayın tarafı olmayan bir yaratıcı yazar ve senarist ekip tarafından danışmanlar eşliğinde irdelenmesi gerekmektedir. Ancak tarihi bir olayı en iyi anlatan kaynaklar ve metinler olayların taraflarında vardır. Kısacası başvurulacak referans kaynaklar da tarafların kendi bakış açıları üzerinden şekillendirilmiş olmaya yatkındır. Böyle bir durumda yüzde yüz olarak gerçekleri doğru ve tarafsız bir şekilde aktaran içeriklerden her durumda söz etmek mümkün değildir, ancak taraflar arasındaki dengenin gözetilerek eşit davranılması mümkündür.

Sanal gerçeklik gibi etki gücü konvansiyonel iletişim araçlarına göre daha fazla olan bir araca özgün bir içerik üretirken bu türden hassasiyetlerin önemi daha fazla artmaktadır zira bu tür tarihi olayları anlatan içerikler çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Toplumsal belleklerin oluşumunda başat rol oynayan iktidarların bu türden anlatı araçlarını etkin bir biçimde kullanması olası olarak görülmektedir. Tarafı ya da tarafsız olarak davranılabileceği tartışmasından bağımsız olarak düşünüldüğünde empati duygusu yüksek olan bu türden içeriklerin etkileşim düzeyi, ahlaki olarak denetlenmesi, doğruluklarının teyit edilmesi gibi konular ise halen gelişimine devam eden bir teknoloji olan sanal gerçeklik teknolojisi için cevaplanması zor sorular olarak var olmaya devam etmektedir.

KAYNAKÇA

ANKARA KÜLTÜR VE TURİZM İL MÜDÜRLÜĞÜ. 2014. "Anıtkabir Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi – Ankara". <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/ankara/gezilecek/yer/anitkabir-ataturk-ve-kurtulus-savasi-muzesi>, (Erişim Tarihi: 05.04.2021).

ASSMANN, J. (2001). *Kültürel Bellek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

ATİK, A. ve BİLGİNER ERDOĞAN, Ş. (2014). Toplumsal Bellek ve Medya. *Atatürk İletişim Dergisi*, 6.

BAILEY, J., BAIENSON, J.N., WON, A. S., FLORA, J., ve ARMEL, K. C. (2012). Presence and memory: Immersive virtual reality effects on cued recall. Proceedings of the International Society for Presence Research Annual Conference. October 24-26, Philadelphia, Pennsylvania, USA.

BARNIER, A. J. ve SUTTON, J. (2008). From individual to collective memory: Theoretical and empirical perspectives. *MEMORY*. 2008 16 (3), 177-182.

BAŞARAN İNCE, G. (2010). Medya ve Toplumsal Hafıza. *Kültür ve İletişim*, 13 (1): 9-29.

BELLELLI, G., CURCI, A. ve LEONE, G. (2007). Social and Cognitive Determinants of Collective Memory for Public Events. pg. 625-644. In *The Cambridge Handbook of Sociocultural Psychology*, Eds. J. Valsiner & A. Rosa, Cambridge University Press.

BİLGİN, N. (2013). *Tarih ve Kolektif Bellek*. Bağlam Yayıncılık.

BURKE, P. (2012). *Tarih ve Toplumsal Kuram*. Çev. Mete Tunçay. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

CEYLAN, M. A. ve DEMİR, Ş. (2020). Türkiye'de Şehir Coğrafyası Araştırmalarına Genel Bir Bakış. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 13(7): 216-241.

CHARLTON, B. (2020). Step Into The Trenches Of WWI With Dan Carlin's War Remains On PC VR, VRScout. <https://vrscout.com/news/ww1-experience-war-remains-pc-vr/#> (Erişim Tarihi: 05.04.2021).

CHRISTIAN, P. J. (2012). History, Memory & Conflict: the collective memory of Maurice Halbwachs. *History, Memory & Conflict Presentation*. Winter/Spring 2012.

ÇELEBİ, B. (2017). Miniaturk (Giriş Ücreti, Ziyaret Saatleri, Ulaşım...). <https://gezipordum.com/miniaturk/>. (Erişim Tarihi: 05.04.2021).

de SAINT-LAURENT, C. (2018). Memory acts: A theory for the study of collective memory in everyday life. *Erratum. Journal of Constructivist Psychology*, 31 (3), 342.

DOĞU, T. ve VARKAL DELİGÖZ, M. (2017). Hafıza Kutusu: Bir Kentsel Kolektif Bellek Deneyi(mi), *MEGARON* 12 (4), 545-552.

DOYURAN, L. (2017). Televizyon ve Sosyal Medya Çerçevesinde Medya Aracılığıyla Kolektif Belleğin İnşası. *Erciyes İletişim Dergisi Akademia* 5 (2), 228-242.

DOYURAN, L. (2018). Tarih İçerikli Belgesel Filmlerde Kolektif Belleğin İnşası (II. Abdülhamid Belgeselleri Örneği). *ulakbilge* 6 (20), ss. 29-58.

DÖNMEZ, S. C. ve YEGEN, C. (2021). Eleven Eleven VR: Virtual Reality, Digital Narrative, and Interaction. *Handbook of Research on Narrative Interactions* içinde Recep Yılmaz (Ed.) IGI Global, USA.

ERKİLİÇ, H. ve DÖNMEZ, S. C. (2020). Sanal Gerçeklik Anlatısının İzini Sürmek: Trinity VR ve Selyatağı VR Örnekleri. *Sinefilozofi*, Özel Sayı 2.

ERKOÇ, A., KAYHAN, S. ve ŞAHİN, Ü. (2015). Ağır Obstrüktif Uyku Apnesi Sendromlu Bir Olguda Klostrofobi ve Uykuda Ölüm Korkusuna Bağlı Yaşanan Tedaviye Uyum Sorununun Çözümü. Olgu Sunumu, *Türk Uyku Tıbbi Dergisi* 2015;1:20-1.

ESCALA, D. (2020). War Remains Review – Not So Hardcore History. *Monstervine*. <https://monstervine.com/2020/05/war-remains-review-not-so-hardcore-history/>. (Erişim Tarihi: 20.04.2021).

EXPRESS. 2020. Love, Death, and Robots Ice Age cast: Who is in Ice Age?. <https://www.express.co.uk/showbiz/tv-radio/1102463/Love-death-and-robots-ice-age-cast-netflix-who-stars-topher-grace-mary-elizabeth-winstead>, March 21, 2019, (Erişim Tarihi: 21.06.2020).

FELTHAM, J. (2020). War Remains Review: A Visceral, Simplified Shot Of WW1 In VR From Dan Carlin. UploadVR. <https://uploadvr.com/war-remains-review-dan-carlin/> (Erişim Tarihi: 20.04.2021).

- GAMBINI, A., PEZZOTTI, A., BROGLIA, A. ve POLI, A. (2015). The Digital Diorama project: the design". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 182 470-476.
- GEDI, N. ve ELAM, Y. (1996). Collective Memory — What Is It?. *History and Memory*. 8(1): 30-50.
- GENÇOĞLU, A. (2015). Türk Ulusal Kimliğinin Kurucu Bir Ögesi Olarak Kolektif Bellek: Okul Ders Kitaplarında Çanakkale Savaşı Anlatıları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 41: 331-351.
- GIRALDI, G., SILVA, R. ve de OLIVERIRA, J. C. (2017). Introduction to virtual reality. LNCC-National Laboratory for Scientific Computing Scientific Visualization and Virtual Reality Laboratory. <http://www.lncc.br/~jauvane/papers/RelatorioTecnicoLNCC-0603.pdf>. (Erişim Tarihi: 20.04.2021).
- GYLLENHALL, E., GARIBAY, C. ve SCHAEFER, J. (2013). A Synthesis of the Literature about Visitor Outcomes at Habitat Dioramas. garibaygroup. [https://www.informalscience.org/sites/default/files/Diorama Lit Review Garibay Group 2013.pdf](https://www.informalscience.org/sites/default/files/Diorama_Lit_Review_Garibay_Group_2013.pdf). (Erişim Tarihi: 20.4.2021).
- GÜMÜŞÇÜ, O. (2018). Tarihi Coğrafya ve Kültürel Miras. *ERDEM* 75: 99-120.
- GÜZ, N. ve YEGEN, C. (2017). Ölü Canlar'dan Instagram'a: Kimlik ve Statü Sahibi Olmanın Allomorfizmi Üzerine. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 45: 103-123.
- HALBWACHS, M. (1980). *The Collective Memory*. Çev. Francis J. Ditter, Vida Yazdı Ditter, Harper & Row.
- HUNT, C. (2020). War Remains: An unforgettable VR experience on the Western Front of WWI. Windowscentral, <https://www.windowscentral.com/war-remains-vr>, (Erişim Tarihi: 05.04.2021).
- HUTTERER, R. (2015). Habitat Dioramas as Historical Documents: A Case Study. Chapter 3, 23-32, Springer Science+Business Media Dordrecht 2015S. In D. Tunnicliffe, A. Scheersoi (Eds.), *Natural History Dioramas*, DOI 10.1007/978-94-017-9496-1_3.
- HUYSEN, A. (1999). *Alacakaranlık Anıları Bellek Yitimi Kültüründe Zamanı Belirlemek*. Çev. Kemal Atakay. İstanbul: Metis Yayınları.
- IGGERS, G. G. (2012). *Bilimsel Nesnellikten Postmodernizme Yirminci Yüzyılda Tarih Yazımı*. Çev. Gül Çağalı Güven. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- JAGNEAUX, D. (2020). Historical World War I VR Experience 'War Remains' From Dan Carlin Coming To PC VR This Month. <https://uploadvr.com/ww1-vr-experience-war-remains-dan-carlin/>, (Erişim Tarihi: 05.04.2021).
- KAMCKE, C. ve HUTTERER, R. (2015). History of Dioramas. Chapter 2, Springer Science+Business Media Dordrecht 2015, In S. D. Tunnicliffe, A. Scheersoi (Eds.), *Natural History Dioramas*, DOI 10.1007/978-94-017-9496-1_2.
- KANSTEINER, W. (2002). Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies. *History and Theory* 41: 179-197, Wesleyan University 2002 ISSN: 0018-2656.
- KOCAMAN, S., KAYSERİLİ, A. ve KAYA, F. (2015). Kültürel Coğrafya Açısından Bir Araştırma: Tarihi Kağızman Evleri. *Doğu Coğrafya Dergisi* 19 (32), 145-170.
- KUZMANIĆ, M. (2008). Collective Memory and Social Identity: A Social Psychology exploration of the memories of the disintegration of former Yugoslavia. *Horizons of Psychology* 17 (2), 5-26.
- KWIATKOWSKI, P. T. ve KOSICKI, P. (2006). Collective memory y social transition in Poland. *International Journal of Sociology* 36 (4).
- LOIKO, O., TOLKACHEVA, V., ALEKSANDROVA, M., DRYGA, S., KOSTYKOVA, T. ve SIZOV, V. (2016). The transformation of the cultural memory through a prism of the Cyberspace. SHS Web of Conferences 28, 01148.

- MİNİATÜRK. (2018). Nasıl bir yer?. <https://www.miniaturk.com.tr/>. (Erişim Tarihi: 03.12.2018).
- MİNİATÜRK. (2020). Ertuğrul Fırkateyni, Eserler. <https://www.miniaturk.com.tr/tr/ertugrul-firkateyni-eser-870>. (Erişim Tarihi: 29.06.2020).
- MOLO, Ü. (2021). *Sanal Gerçeklik ve 360 Derece Film*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Ms. C. EVANS' THIRD GRADE. (2013). Habitat Diorama Project. (Erişim Tarihi: 10.09.2013). <https://mscevansthirdgrade.weebly.com/blog/habitat-diorama-project>. (Erişim Tarihi: 02.05.2019).
- MY MODERN MET. (2019). Spectacularly Detailed Dioramas Hidden Inside Vintage Ring Boxes. By Kelcee Griffis on March 10, 2015, <https://mymodernmet.com/talwst-ring-box-dioramas/>. (Erişim Tarihi: 02.04.2019).
- NEIGER, M., MEYERS, O. ve ZANDBERG, E. (2011). On Media Memory: Collective Memory in a New Media Age. Eds. M. Neiger, O. Meyers, E. Zandberg, Palgrave Macmillan Memory Studies.
- NIKOSZ, F. ve ÁKOS, K. (2010). The Media and Collective Memory Places and Milieus of Remembering. Paper Presented at Media, Communication and Cultural Studies Association.
- NORA, P. (2006). *Hafıza Mekânları*. Çev. Mehmet Emin Özcan. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- ORHON, G. (2015). Medya ve Bellek Çalışmaları: Paralellikler, Gerilimler. *iletisim: araştırmaları* 13 (2): 9-31.
- RICOEUR, P. (2012). *Hafıza, Tarih, Unutuş*. Çev. M. Emin Özcan. İstanbul: Metis Yayınları.
- ROBINSON, J. (2019). Love, Death & Robots Episode 16: Ice Age Ending Explained. <https://www.whats-on-netflix.com/news/love-death-robots-episode-16-ice-age-ending-explained/>. (Erişim Tarihi: 18.03.2019).
- ROEDIGER, H. L. III, ZAROMB, F. M., & BUTLER, A. C. (2009). The role of repeated retrieval in shaping collective memory. In P. Boyer & J. V. Wertsch (Eds.). *Memory in mind and culture* (p. 138-170). Cambridge University Press.
- ROUX, J. P. (2015). *TÜRKLERİN TARİHİ Pasifik'ten Akdeniz'e 2000 Yıl*. Çev. Prof. Dr. Aykut Kazancıgil - Lale Arslan - Özcan. Kabalıcı Yayınevi.
- SARLO, B. (2011). *Geçmiş Zaman Bellek Kültürü ve Özneye Dönüş Üzerine Bir Tartışma*. Çev. Peral Bayaz Charum ve Deniz Ekinci. Metis Yayınları.
- SCHUMAN, H. ve SCOTT, J. (1989). Generations and Collective Memories. *American Sociological Review* 1989, Vol. 54 (June: 359-381).
- SHERMAN, R. W. ve CRAIG, A. (2003). *Understanding virtual reality*. California, USA: Elsevier Science.
- SEGOVIA, K. Y. ve BAIENSON, J. N. (2009). Virtually true: Children's acquisition of false memories in virtual reality. *Media Psychology*, 12, 371-393.
- ŞENDENİZ, Ö. (2015). Bakmak, Biriktirmek, Paylaşmak: Fotoğraf, Bellek ve Sosyal Medya İlişkisi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi* 5 (2), 21-31.
- SPENCER, S. (2019). Love, Death and Robots Ice Age cast: Who is in Ice Age?, <https://www.express.co.uk/showbiz/tv-radio/1102463/Love-death-and-robots-ice-age-cast-netflix-who-stars-topher-grace-mary-elizabeth-winstead>. (Erişim Tarihi: 21.03.2019).
- TOKGÖZ, C. (2017). Kimlik ve Bellek Ekseninde Sosyal Medya Anlatıları. *Intermedia International e-Journal*, Fall-December-2017 4 (7), 255-268.
- TÜRELİ, İ. (2018). *Istanbul, Open City: Exhibiting Anxieties of Urban Modernity*. Routledge.

VAN LOON A., BAILENSON, J., ZAKI, J. BOSTICK, J. ve WILLER, R. (2018). Virtual reality perspective-taking increases cognitive empathy for specific others. *PLoS ONE* 13(8): e0202442.

TAKAHASHI, D. (2020). War Remains depicts World War I's Battle of Passchendaele in VR. May 5, 2020, Venturebeat, <https://venturebeat.com/2020/05/05/war-remains-depicts-world-war-is-battle-of-passchendaele-in-vr/> Erişim Tarihi: 05.04.2021.

VILLA GÓMEZ, J. D. (2013). The role of collective memory in emotional recovery of political violence in Colombia. *INT. J. PSYCHOL. RES.* 2013; 6 (2), 37-49.

YEGEN, C ve. ULUSOY, N. (2020). Fringe ve Diorama Aracılığı ile Gerçeklik, Teknoloji ve Evren Üzerine. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* Sayı 32, ss. 60-79.

WALTON, J. F. (2017). *Muslim Civil Society and the Politics of Religious Freedom in Turkey*. Oxford University Press.

WERTSCH, J. V. (2007). Collective Memory. pg. 645-660, In *The Cambridge Handbook of Sociocultural Psychology*, Edited by Jaan Valsiner & Alberto Rosa, Cambridge University Press.

DİZİ

Love, Death & Robots: Ice Age, Sezon 1, Bölüm 16

OYUN

War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory

Summary

Collective memory, acting on commonality, aims to create collective values, while also aiming to reinforce the same values. Dioramas, which have attracted attention as the art of animation in recent years and aim to reconstruct a moment in order to affect the target audience, are also used as a means of creating collective memory. Common narratives and values are built in the works created. In this way, collective consciousness is tried to be built and in a sense, the diorama also serves the purpose of propaganda. For example, through some white propaganda mechanisms in Turkey, the Turkish nation's understanding of friendship, national struggle, and self-sacrifice are tried to be kept warm. In parallel with the change in the structure of the narrative in the digital age we live in, the narratives aiming at the construction of collective memory have also changed. Such digital narratives are transferring history and collective memory by making use of digital technologies such as virtual reality. Many digital games designed with the theme of virtual reality are especially for the youth. Many narrative and collective elements are handled effectively and interactively with computer games. So, in this study, the current role of digital narrative in the transmission of history and collective memory is discussed. For this purpose, the virtual reality content called "War Remains: Dan Carlin Presents an Immersive Memory" focuses on understanding how it feels to be on the battlefield and offers the opportunity to experience some moments of conflict from the Great Battle of Passchendaele, which took place between 31 July 1917 and 10 November 1917. Related content, has been discussed within the framework of Ümmühan Molo's (2021) "360 Degree VR Film Analysis Model". As a result of the examination, it was observed that the story of the game in question was not given from a certain side or front in the discussions of history and collective memory creation tools. The interaction-based game allows the war environment to be experienced.

Karşılaştırmalı Aile Politikaları: Türkiye ve Almanya

Fatma Gül GEDİKKAYA*

Öz

Bu çalışma, Türkiye ve Almanya'nın aile politikalarını karşılaştırmalı olarak analiz etmektedir. Çalışmanın amacı, Türkiye'de ve Almanya'da aile politikalarının genel görünümünü, kamu politikası sunumunun nasıl örgütlendiğini ve politika araçlarını açıklayarak iki ülke arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır. Çalışmada öncelikle karşılaştırmalı analiz yöntemi ve karşılaştırmalı kamu politikaları hakkında teorik çerçeve hakkında bilgi verilmiş, daha sonra, bu yöntem aile politikası örgütlenmesi ve araçlarına uygulanmıştır. Her iki ülkede uygulanan açık aile politikaları merkez örgütlenme yönüyle benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte ebeveyn izinleri, doğum yardımları ve altyapı yönüyle farklılıklar tespit edilmiştir. Politika amaçları açısından, her iki ülkenin aile politikasını biçimlendiren önemli bir hedefin, nüfusun artırılması olduğu görülmüştür. Fakat bu amaca ulaşmada uygulanan politika araçlarının niteliği değişmektedir. Almanya nüfusu artırıcı politikalarında cömert çocuk parası yardımı kullanırken, Türkiye'de doğum oranlarını artırıcı araçlar kullanılmamaktadır. Ayrıca, Türkiye'de iş ve aile yaşamının uyumlaştırılması meselesi önemli bir sorun olmaya devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Karşılaştırmalı kamu politikası, Aile politikaları, Politika analizi, Türkiye, Almanya.

Comparative Family Policies: Turkey and Germany

Abstract

This study analyzes family policies of Turkey and Germany comparatively. The aim of the study is to reveal the similarities and differences between the two countries by explaining the general context of family policies, policy tools and, how the public policy delivery is organized in Turkey and Germany. The study begins with the information about the comparative analysis method and the theoretical framework about comparative public policies, and continues with the analysis of family policy organization and tools. Results are as follows: Explicit family policies implemented in both countries, and the central organization aspects are similar. On the other hand, differences were identified in terms of parental leaves, maternity benefits and infrastructure. In terms of the policy purposes, aim to increase the population is seen as an important target that shapes the family policy of both countries. However, the nature of the policy tools applied to achieve



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 15.02.2021

Kabul/Accepted: 08.08.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.878511>

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: fggedikkaya@gelisim.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4451-6271>

this goal is changing according to the country. Germany is using generous child benefit to increase population while it is not the case in Turkey. In addition, the issue of reconciling work and family life remains an important challenge that needs to be adjusted. There are no tools used to increase birth rates as well as the issue of reconciling work and family life remains an important issue in Turkey.

Keywords: Comparative public policy, Family policies, Policy analysis, Turkey, Germany.

1. Giriş

Karşılaştırma yapmak günlük hayatta sıkça başvurulan yöntemlerden biridir. Örneğin yabancı ülkelere seyahat edildiğinde akla ilk gelenlerden biri benzerlik ve farklılıkların izlenmesidir. Kamu politika yapıcıları için de durum farklı değildir. Politika yapıcıları karşılaşılan sosyo-ekonomik sorunlar karşısında başka hükümetlerin ne gibi çözümler ürettiğini bir referans noktası olarak alabilmektedir.

Karşılaştırmalı yönetime büyük ölçüde ortak bir ilgi olmasına rağmen, karşılaştırmalı kamu politikasının ilgilendiği kamu politikası alanlarının neler olduğu hususu yeterince açık değildir. Örneğin; refah devleti harcamalarıyla karşılaştırıldığında tehlikeli köpeklere ilişkin harcamaların eşdeğer olmadığı söylenebilir. Bununla birlikte, kamu politikalarının incelenmesi, bir anlamda, devletin sosyal hayata müdahalesinin incelenmesidir. Farklı bir deyişle, devlet ve müdahale ettiği nesnelere arası ilişkinin incelenmesidir. Dolayısıyla ister refah devleti harcamaları, ister kamu hizmeti düzenlemeleri veya tehlikeli köpeklere ilişkin politikalar olsun, bu türden müdahaleler kamu politikalarının inceleme alanına girmektedir (Lodge, 2007: 276).

Karşılaştırmalı kamu politikası temel olarak kamu politikasını karşılaştırmalı bir bağlamda incelemekle ilgili olduğundan, kamu politikasının ne olduğunu tanımlamak gerekmektedir. Kamu politikası, hükümetin vatandaşların yaşamları üzerindeki etkisinin toplamı olarak (Peters, 2015: 21) tanımlanır. Dye (2013: 3), hükümetlerin yaptığı veya yapmadığı her şey olarak tanımlamaktadır. Karşılaştırmalı kamu politikası ise genellikle ülkeler veya hükümetler olmak üzere farklı sistemler ve kurumlar arasında karşılaştırmayı ifade eder. Türkçe literatürde karşılaştırmalı kamu politikası genellikle politika transferi ve politika yakınsaması (Sobacı, 2008) başlıkları ile birlikte ele alınmıştır.

Bu çalışmada iki farklı ülke arasında aile politikalarının nasıl örgütlendiği, uygulama araçlarının neler olduğu incelenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak karşılaştırmalı yöntem ve karşılaştırmalı kamu yönetimi açıklanmış ardından Türkiye’de ve Almanya’da aile politikaları ele alınmıştır. İki ülkenin aile politikalarının hangi refah sistemi içerisinde olduğu bunlara ne kadar yaklaştığı ya da uzaklaştığı ise ayrı bir makale konusu niteliğinde olduğundan bu çalışmada yalnızca doğrudan aileden sorumlu kurum ve politika araçları konu edinilmiştir.

2. Karşılaştırmalı Kamu Politikası ve Aile Politikaları

Çoğu bilim dalı için, deney teorisini test etmenin bir yoludur, ancak genelde siyaset biliminde özelde kamu politikalarında karşılaştırmalı analiz yöntemi temel yöntem kabul edilmektedir. Çünkü bu alanlarda nadiren deneysel çalışmalar yapılabilmekte ve hemen hemen her zaman oldukça çelişkili ve karmaşık koşullar için içine dâhil olmaktadır. Dolayısıyla farklı ülkeler, kendi ülkelerinde anayasaları veya parti sistemlerini

değiştirdiğinde (veya farklı bir sorunla karşılaştıklarında), farklı siyasi düzenlerin olası sonuçlarını karşılaştırarak yararlı bilgiler sağlamaya çalışır (Peters, 1998: 1).

Karşılaştırmaların alanı; yerel, bölgesel veya uluslararası da olabilir. Uluslararası karşılaştırmalı çalışmalar, iki ülke arasında olabileceği gibi küresel çapta da olabilir. Bu tür çalışmalar siyasi ve sosyo-ekonomik değişkenleri ölçer ve daha sonra bu faktörler arasındaki ilişkilere istatistiksel testler uygulanır (Peters, 1998: 20). OECD'nin yayınladığı veriler veya 1963 yılında başlatılan ve yaklaşık 15 yıllık dönemleri kapsayan Yale Üniversitesinin *Dünya Veri Analizi Programı Siyasi ve Sosyal Göstergeler* serisi el kitabı ile başlatılan araştırmalar küresel ölçekte karşılaştırmalara örnek gösterilebilir.

Karşılaştırmalı kamu politikası son yarım yüzyılda tutarlı bir gelişme göstermiştir. Kamu politikası alanında çalışan akademisyenler, kurumsal ortamlarda 1970'lerden bu yana farklı politikaların, girdilerin, çıktılarının ve sonuçların karşılaştırılmasının gereğini vurgulamışlardır. Ortak bir geçmişe ve benzer kültürel ve siyasi özelliklere rağmen devletler farklı politikaları veya programları tercih edebilmektedir. Örneğin, ortak geçmişlerine rağmen Birleşik Devletler ve Büyük Britanya'nın sağlık politikaları neden önemli ölçüde farklıdır? Ya da eğitim politikası tüm gelişmekte olan ülkelerde benzer bir seyirde mi ilerlemektedir? (Gupta, 2012: 11). Bu ve benzeri sorular karşılaştırmalı kamu politikasının cevap aradığı ve bu alanı ilgi çekici kılan konuları oluşturmaktadır. Kısacası, karşılaştırmalı kamu politikası çalışmalarının ülkeler arasında veya ülke içindeki farklı dönemlerde uygulanan politikalara odaklandığı görülmektedir (Castels 1998; Heidenheimer, Haclo ve Adams 1975).

Karşılaştırmalı kamu politikasının gelişimi Amerika ve Kıta Avrupa'sında farklı yönlerde seyretmiştir. Marx'tan Durkheim'a ve Weber'e varıncaya kadar karşılaştırmalı analizlerde geniş toplumsal konuları teorik olarak ele alan bir yaklaşım söz konusu iken ABD'deki gelişimin istatistiksel girdi-çıktıların analizi biçiminde ve daha ziyade uygulamaya dönük bir seyir izlemiştir (Schmidt, 1988: 9).

Karşılaştırmalı kamu politikası, genellikle ülkeler veya hükümetler arasında kamu politikasını farklı sistemler ve kurumları karşılaştırma için temel analiz birimi olarak kullanan disiplinlerarası bir çalışma alanıdır. Karşılaştırmalı kamu politikası genel olarak hükümetlerin farklı veya benzer politikalar izlemelerinin nedeni nasıl ve ne şekilde etkili olduğu ile ilgili sorular sorar (Wong, 2016). Bu alan en belirgin şekilde, uluslararası, fakat aynı zamanda zamansal ve sektörler arası analiz kullanarak da, gözlemlenen devlet faaliyetlerinin kalıplarını açıklama arayışında önemli bir role sahiptir (Lodge, 2007: 277). Kapalı veya açık bir biçimde politika sürecini, çıktıları ve etkilerini bir veya birden fazla öge ile karşılaştıran tüm araştırmaları, karşılaştırmaları kamu politikasının alanına girmektedir (Dodds, 2018: 6).

Karşılaştırmalı kamu politikası alanından çalışan Castels (1998) ve Heidenheimer, Haclo ve Adams (1975) gibi araştırmacılar ülkeler arasındaki karşılaştırmaya odaklanarak her ülkenin belirli konularda aldıkları kararları analiz etmişlerdir. Bazı çalışmalarda ise karşılaştırmalı kamu politikası politika transferi bağlamında ele alınmıştır. Levitsky ve Way (2010) bu kapsamda şartlı nakit yardımları gibi zorlayıcı politika transferleri ile gelişmekte olan üçüncü dünya ülkelerinin gelişmiş ülkelere veya uluslararası kuruluşlarca nasıl etkilendiklerini açıklamaktadırlar.

Karşılaştırmalı kamu politikası için son derece karmaşık bir sorun da, ülkeler arasındaki farklılıkları açıklamak için kullanılan faktörlerin uluslararası süreçlerden ne ölçüde ayrılabilirliğiyle ilgilidir. Geleneksel olarak, iç ve dış politika oluşturma, iki ayrı alan olarak görülmektedir. İç politika, siyaset bilimi ve kamu politikacıları dış politika ise uluslararası ilişkiler araştırmacıları tarafından ele alınmaktadır. Ancak araştırmacılar bakımından her iki alanın birbiri ile etkileşimi sınırlı kalmıştır. Her biri politika oluşturma süreçleri hakkında çok farklı temel varsayımlar içermektedir. İç politikaya odaklanan akademisyenler toplumları "hava geçirmez bir ada" şeklinde kapalı bir sistem olarak

görürken, dış politika çalışan akademisyenlerin tam tersine egemen devletlerarasındaki ilişkilere odaklandıkları ve iç politikayı kısmen ihmal ettikleri görülmektedir (Dodds, 2018: 19). Bu nedenle ülkeler arasındaki farklılıkları açıklamak ince bir çizgi üzerinde yürümeye benzemektedir. Hem ülke içi dinamikler hem de uluslararası süreçleri anlamayı gerektirmektedir.

Tablo 1'de üç farklı fakat birbiriyle ilişkili çalışma alanı için analiz birimi, çekirdek disiplin ve disiplinin gelişimindeki temel kaygılar arasındaki farklılıkları gösterilmektedir. Disiplinin temel odakları veya teorik bakış açısı bakımından hepsi farklılık göstermektedir. Ancak aynı zamanda, iç içe geçen bazı unsurları paylaştıklarından birbirleriyle de ilişkilidirler. Örneğin hepsi sosyal bilimlerin karşılaştırmalı yaklaşımları ve yöntemlerini benimsemektir. Karşılaştırmalı kamu politikası ve karşılaştırmalı kamu yönetimi alanının birçok benzer noktası vardır. Örneğin, her ikisi de disiplinlerarası niteliktedir. Bununla birlikte, genel olarak, karşılaştırmalı kamu politikası daha geniş ve daha kapsayıcı bir çalışma alanıdır. Karşılaştırmalı kamu politikasının önemli bir odağı olan politika kavramı, karşılaştırmalı kamu yönetiminin temel kaygısı olan bürokrasi kavramından daha geniştir. Karşılaştırmalı kamu politikası, çoğunlukla politika uygulama aşaması ile bağlantılı olan ve analizindeki politika döngüsünün tüm önemli aşamalarını kapsayan idari aygıt ve kapasitelerinin incelenmesinin ötesine geçmektedir (Wong, 2016: 3).

Tablo 1. Karşılaştırmalı Çalışmaların Sınıflandırılması

Alan	Analiz Birimi / Çekirdek Disiplin	Disiplinin gelişimindeki temel kaygılar
Karşılaştırmalı Kamu Politikası	Kamu Politikası / Disiplinlerarası	Tartışmalı alanlar: yöntem mi yoksa alan mı? Konunun karmaşıklığı ve oluşturmanın disiplinlerarası doğası nedeniyle teori geliştirmedeki zorluk Diğer disiplinlerden teori "ödünç almak" ve uygulamak, tutarlı ve kapsamlı bir teorik çerçevenin eksikliği
Karşılaştırmalı Siyaset	Siyasi sistemler ve kurumlar / Siyaset Bilimi	Tek bir disiplinin analizin gücü ve soruşturma kapsamını sınırlandırılması
Karşılaştırmalı Kamu Yönetimi	Bürokrasi, idare, yönetim sistemi/ Disiplinlerarası	Daha geniş bir teori yelpazesi olmakla birlikte, çoğunlukla diğer disiplinlerden "ödünç alma". Tutarlı ve kapsamlı bir teorik çerçevenin eksikliği. Probleme dayalı yaklaşımından daha geniş bir araştırma kapsamı olmakla birlikte, esas olarak idari aygıt ve kapasite ile politika uygulama aşamasına odaklanmaktadır

Kaynak: Wilson Wong (2016). *Comparative Public Policy*, A. Farazmand (ed.), *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*, Springer International Publishing. p.3.

Karşılaştırmalı kamu politikası, doğası gereği disiplinlerarası bir uygulamadır. Heidenheimer, 1980'lerin ortalarında yazılan karşılaştırmalı kamu politikası ders kitaplarında karşılaştırmalı kamu politikasının; siyaset bilimi, sosyoloji, tarih ve ekonomi arasında "sosyal bilimlerde yoğun bir kavşakta yer aldığını" öne sürmüştür. Çağdaş karşılaştırmalı kamu politikası aynı zamanda antropoloji ve kamu yönetimi teorileri ve yaklaşımlarından da yararlanmaktadır.

Karşılaştırmalı kamu politikası, genel olarak kamu politikasının incelenmesinde olduğu gibi, hem alanın disiplinlerarası niteliğinden faydalanır (daha fazla zenginlik ve açıklayıcı güç yoluyla) hem de bunun kısıtlanmasına maruz kalabilir (merkezci eğilimler

yoluyla). Sonuç olarak, karşılaştırmalı kamu politikası alanı gün geçtikçe boyut ve kapsam olarak büyüyen (Dodds, 2018: 12) disiplinlerarası bir çalışma alanıdır.

Karşılaştırmalı kamu politikası analizinde en önemli konulardan biri de odağın belirlenmesidir. Diğer bir ifadeyle, neyi ne ölçüde karşılaştıracağımızın belirlenmesidir. Örneğin amatör bir fotoğrafçının basit bir el kamerası ile bir futbol maçını çektiğini düşünelim. Başta her şey yolunda gider; kamerayı sadece sahaya değil, aynı zamanda ilgilendiği şeyin olduğu yere de nasıl yönlendireceğini öğrenir. Ama sonrasında 'kadracı ona hangi oyuncuların hareket halinde olduğunu gösteriyor, ancak hangisinin topu vurduğunu ayırt edemiyor' 'yakın bir lensin bulunmaması, topu her durumda görmesini imkânsız hale getiriyor' gibi sorunlar başlar. Bu benzetmede, kamerayı sahaya odaklamak, karşılaştırma için uygun bir söylem evrenini bulmak anlamına gelmektedir. Dolayısıyla yakın çekim bir lensin bulunmaması, politika çıktıları ve sonuçları arasındaki bağlantının doğasını fark etmeyi zorlaştırabilir (Castles, 1985: 205).

Kamu politikası araştırmacılarının büyük bir grubu farklı ülkelerdeki farklı politika sonuçlarını incelerken karşılaştırmalı analiz yöntemini uygulamaktadır. Bunu yaparken genellikle iki temel araştırma sorusuna odaklanırlar. Ülkeler arasındaki politikalar nasıl farklılaşmaktadır? Örneğin Almanya ve Fransa'da sağlık politikaları benzerlik göstermekte midir? Farklı ise ne yönüyle farklılık göstermektedir? İkinci olarak araştırmacılar neden bu politikaların farklılık gösterdiklerine odaklanmaktadırlar. Örneğin, Heclo (1974) İngiltere ve İsveç'te, özellikle işsizlik ödeneği, yaşlılık aylıkları ve emeklilik fonlarının geliştirilmesine odaklanan sosyal politikaları incelemektedir. Bu politikaların nasıl farklı olduğuna dair ilk soruyu cevaplamak için Heclo bu ülkelerdeki tarihi ekonomik ve anayasal gelişmeyi, insanları, süreçleri ve bu politikaların mevcut durumunu açıklayabilecek olayları incelemiştir. Politikaların neden farklılaştığı sorusuna yanıt ararken, kamuoyu, siyasi parti ve çıkar guruplarının girdileri ve bürokrasinin rolü gibi faktörleri göz önünde bulundurmıştır. Heclo çalışmasının sonunda tarihsel koşulların ve tercihlerin, kilit aktörlerin ve bürokrasi ve çıkar guruplarının faaliyetlerinin bu farklılıklara neden olduğu sonucuna varmıştır (Heclo (1974)'den aktaran Gupta, 2012: 13).

Karşılaştırmalı kamu politikasının inceleme nesnelereinden biri de aile politikalarıdır. Aile ve aile politikası tartışmalı ve bir o kadar politik kavramlardır. Aile politikasının tanımlanması, özellikle bu politika alanının parçalı doğası nedeniyle, dikkatli bir değerlendirme gerektirir. Çünkü aile politikası a. açık veya kapalı, b. çocuk merkezli ebeveyn merkezli veya toplum merkezli biçimlerde ortaya çıkabilir. Açık aile politikası olan ülkelerde kasıtlı olarak aileler için tanımlanmış hedeflere ulaşmak için politikalar üretilirken, kapalı aile politikaları ailelere yönelik sonuçları olan işgücü piyasası veya emeklilik politikaları gibi diğer alanlardaki politikalar da dahil olmak üzere örtük politikalar olabilir. Ya da çocuk merkezli aile politikalarında olduğu gibi; çocuk yoksulluğunun azaltılması veya çocuk gelişiminin desteklenmesi ve çocuklara yatırım yapılması ekseninde politikalar üretilebilir. Ebeveyn merkezli aile politikası, anne baba arasında daha eşit bir işbölümünü teşvik etmeyi ve iş ve aile yaşamını uzlaştırmada gelişmeyi içerir (Lohmann ve Zagel, 2018: 49). Dolayısıyla aile politikalarının kapsamı aileyi ve aile politikalarının nasıl tanımlandığına göre farklılaşmaktadır.

Genel anlamda, aile politikaları, aileyle ilgili kaynakları dağıtır, davranışları düzenler, prosedürler oluşturur veya değiştirir, süreçleri oluşturur ya da yeniden düzenler (Zimmerman, 1995: 12). Aile politikaları, aileleri belirli eylemlerin temel hedefi olarak belirleyen ve sonuçta aile yapısı üzerinde etki oluşturmaya yönelik önlemleri içeren politikalar şeklinde tanımlanabilir (Hantrais, 2004:132). Tanımlamalar aile politikasının aileleri hedefleyen ve özellikle bakım sorumluluklarıyla ilgili olarak aileleri desteklemeyi amaçlayan çok çeşitli hükümet programlarını, planlarını ve kanunları kapsadığı anlaşılmaktadır.

Aile politikalarında karşılaştırma yapan temel eserlerden biri *Family Policy: Government and Families in Fourteen Countries* (Aile Politikası: On Dört Ülkede Hükümet ve Aileler). Eserde bahsi geçen ülkelerde ailelere ilişkin ulusal politikanın nasıl oluştuğu çok disiplinli bakış açısıyla sunulmaya çalışılmıştır. On dört ülkenin aile politikalarının uygulama şekli, finansmanı, aile politikası ile çocuk yetiştirme, kadın hakları, nüfus artışı, işgücü piyasası ve toplum haklarına karşı birey hakları gibi diğer sosyal kaygılar arasındaki karşılıklı ilişkiler de çalışmanın konusunu oluşturmuştur. Bu çalışma sonucunda ülkelerin her birinin aile politikaları konusunda farklı aşamada ve farklı uygulamalara sahip olduğunu görmek mümkündür.

Aile politikaları alanında Türkiye örneğini ele alan kısıtlı çalışmalar vardır. Bunlar Elnur'un (2019) "Refah Rejimleri Bağlamında Babalık Yönelimli Aile Politikaları" ve Güvendi'nin (2018) "Karşılaştırmalı Bir Perspektiften Türkiye'de Aile Politikaları" başlıklı makalelerdir. Literatürdeki bu eksikliği bir ölçüde giderebilmek amacıyla bu çalışmada Türkiye ve Almanya arasında aile politikalarının nasıl farklılaştığı ve varsa benzerlik gösterdiği hususlar ortaya çıkartılmıştır.

3. Türk ve Alman Aile Politikaları

Hem Almanya'nın hem de Türkiye'nin açık aile politikaları vardır. Dolayısıyla bu iki ülkede, aile birimi ve üyeleri ile ilgili spesifik hedefleri (örneğin; ebeveyn izni, aile içi şiddet, çocuk yardımı) sağlamak için kasıtlı olarak tasarlanan politikardan söz edilebilir (Dumon, 1991). İki devletin de aileyi anayasal güvenceye dayandırdığı görülmektedir. Alman Anayasasının 6(1). maddesine göre "evlilik ve aile, devlet düzeninin özel koruması altındadır". 1982 Türk Anayasasının 41. maddesinde "Aile, Türk toplumunun temelidir ve eşler arasında eşitliğe dayanır. Devlet, ailenin huzur ve refahı ile özellikle ananın ve çocukların korunması ve aile planlamasının öğretimi ile uygulanmasını sağlamak için gerekli tedbirleri alır, teşkilatı kurar." Ailenin korunması ve geliştirilmesinin anayasada yer alması, hükümetlere doğrudan aileye yönelik politikalar üretme konusunda görev yüklemektedir.

Bu temel benzerliklerin yanı sıra Alman aile politikaları ile Türk aile politikalarının kesişim noktasında, uzun yıllar süren geleneksel bir aile modeli vardır. Bu geleneksel model- erkeğin asıl para kazanan (evi geçindiren) olduğu ve kadının ev içi işleri yürüttüğü model- son yıllarda değişmeye başlamıştır. Almanya'nın doğu kesiminde, kadınların istihdamı uzun zamandır bir norm olmuştur. Doğu Almanya'da aile politikasının odak noktası, ailenin ve işin uyumluluğu olmuştur. Yıllar içinde Batı Almanya'nın kadın istihdam oranı Doğu Almanya'nın oranlarına yaklaşmıştır. Ancak bu geleneksel modelin değişimi anlamına gelmektedir ve kadınlar için yeni düzenlemeler gerektirmiştir. Çünkü Almanya'nın batısında küçük çocuklar için (üç yaş altı), kamusal çocuk bakım hizmeti veren kreş, anaokulu ve gündüz bakımevleri yetersizdi (Scholze, 2012: 22). Özellikle de iş ve aile uyumu sağlanmadığı için, yüksek eğitilmiş kadınların çocuk sahibi olmak istememesi, aile politikalarının yeniden gözden geçirilmesinde etkili olmuştur. Bu gereksinim 2007 yılında kanunda değişiklik yapılmasına neden olmuş ve ebeveyn izinlerinde önemli ölçüde iyileştirme yapılmıştır.

Almanya'da aile politikaları emeklilik aylığı, sağlık ve işsizlik sigortasından sonra gelişmiştir. 1950'lerden 2000'lerin başlarına kadar, Federal Almanya Cumhuriyeti, evin geçimini sağlayan erkek ve evde oturan ev kadını modeline uyan anne ve babaları destekleyen politikalar geliştirmiştir (Boling, 2015: 79). Örneğin 1949 yılından itibaren *Kindergeld adıyla çocuk parası verilmeye başlanmıştır*. Ancak bu oldukça kısıtlı bir yardımdı. Çünkü gelir testine göre verilmekteydi. Çocuk ödenekleri 1964'ten başlayarak tüm çocukları kapsayacak şekilde genişletildi ve 1975'te Sosyal Demokrat liderliğinde gelir testi kaldırılmış ve tüm ebeveynlere verilmeye başlanmıştır.

1952'de Anne Koruma Kanunu ile ilk olarak çalışan anneler için doğumdan altı hafta önce ve sonra olmak üzere doğum izni belirlenmiştir. 1960'lı yıllar kadınların doğum sonrası emek piyasasına geri dönmesi yönünde aile içi rollerin farklılaştığı dönem olmuştur. 1970'li yıllar kadın haklarına odaklanıldığı bir dönemi simgelemektedir. Kadınların doğum sonrası yarım zamanlı çalışma hakkı, kişisel ve mesleki gelişimini destekleme yönünde çalışmalar yapılmıştır. Ayrıca 1976 yılında aile hukukunda yeni düzenlemeler yapılarak aile içerisinde kadın erkek eşitliği vurgulanmıştır. Örneğin artık evlenirken, kadınların iki soy isimden birini seçebilecektir. 1980'ler de çalışan ebeveynlere yönelik düzenlemeler ön plana alınmış ve doğum sonrası anne ve babaya 3 yıla kadar ücretsiz izin alma hakkı tanınmıştır. 1990'lı yılların başında Bakanlığın başına Almanya'nın şimdiki Şansölyesi Angela Merkel getirilmiştir. Bu dönemde çocuk ve gençlerin refahı, gençlik çalışmalarının geliştirilmesi refahı yapılarının teşvik edilmesi gibi konulara odaklanılmış ve bu kapsamda Alman-Polonya gençlik örgütü kurulmuştur. 2000'li yıllar "Almanya'nın daha fazla çocuğa ihtiyacı var" ilkesi etrafında şekillenmiştir. Bu kapsamda zaman yönetimi, finansal altyapı ve mevzuat değişiklikleri gündeme gelmiştir. Öne çıkan kavramlardan biri 'aile dostu işyeri ve toplum' olmuştur. Aile dostu işyeri ve toplum için şirket yöneticileri, sendikalar ve üniversiteler bir araya gelerek geniş bir "Aile için İttifak" kurmaya çalışmışlardır (Bundesministerium Für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Geschichte, 2020). Günümüzde ise Alman aile politikasının odağında iş-aile uyumunun ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Ailelere bakım yardımı, izin düzenlemeleri ve ebeveyn ödenekleri ile iş ve aile hayatını dengelemeleri konusunda kolaylıklar sağlamaya yönelik düzenlemeler yapılmaktadır.

Aile genel olarak Türk toplumunun temeli olarak görülmüş ve ekonomik istikrarsızlık ve sosyal problemlerle kuşatılmış bireyler için bir savunma kalesi olarak idealize edilmiştir (Yılmaz, 2015: 371). Cumhuriyet döneminde, 1930'lu yıllarda aile politikaları nüfus politikaları ile iç içe geçtiği söylenebilir. Nüfus artış hızı düşük ve yetişkin erkek nüfusunun eksik olması nedeniyle hane büyüklüklerinin pek fazla olmaması (Özbay, 2015: 53), nüfusu arttırmaya yönelik önlemler almaya itmiştir. Ancak bu durum 1965'de tersine dönmüş Nüfus Planlaması Kanunu ile birlikte gebeliği önleyici yöntemleri kullananların oranında artış olmuştur (Özbay, 2015: 71). 1980 sonrasında nüfusu azaltmak amacıyla devletin çeşitli önlemler aldığı gözlenmektedir. 1980-1990 arası dönemde ailenin eğitilmesi, aile ve anne-çocuk sağlığının korunması amacıyla aile planlamasının diğer sağlık hizmetleri ile ilişkilendirilmesi öngörülmüştür (Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 125). 1990'lı yılların sonunda aile politikalarının kurumsallaşmasında önemli bir adım sayılabilecek "Ailenin Korunmasına Dair Kanun" yürürlüğe girmiştir. 2000 sonrası süreçte iktidara gelen hükümet, siyasi yönelimi doğrultusunda aileyi temel alan politikalar üreteceğini vurgulamış nitekim bu süreçte, aile politikalarının örgütlenmesinde ciddi adımlar atılmıştır. 2004 yılında Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü kurulurken 2011 yılında aile, çocuk ve yaşlılara yönelik hizmet veren Genel Müdürlükler Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesinde yer almıştır¹.

Türkiye'nin aile politikalarının genel görünümü, kalkınma planlarından ve hükümet programlarından okunduğunda; 2000 sonrasında aile hayatını geliştirmeye yönelik politikaların uygulanmaya çalışıldığı bu amaç doğrultusunda evliliğin ve çocuk sahibi olmanın teşvik edildiği görülmektedir (Gedikkaya, 2018: 173). Bununla birlikte aile ve iş yaşamının uyumlaştırılmasına yönelik annelere güvenceli esnek çalışma modelleri sunulmakta ve kadının anne olduktan sonra da emek piyasasında yer alması

¹ 2018 yılında "Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı" ve "Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı" ile birleştirilmiştir. 2021 yılında ise tekrar iki bakanlık ayrılmış ve 2011 yılında olduğu gibi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı olarak yapılanmıştır.

istenmektedir. Ancak atılan bu adımlar kadının, bir taraftan ataerkil muhafazakâr bir anlayışla 'geleneksel rollerine' çekilirken; diğer taraftan esneklik çalışma modelleri ile işgücü piyasasında tutulmaya çalışıldığı yönünde eleştirilmiştir (Gün, 2016; Dedeoğlu ve Şahankaya, 2015).

3.1. Örgütlenme

Almanya'da ailelerden sorumlu Aile, Yaşlı, Kadın ve Gençlik Bakanlığı'nın tarihi Türkiye'deki gibi farklı düzeylerde örgütlenmelerden geçmiştir. Aile politikasının bakanlık düzeyinde karşılık bulması 1953 yılında merkez sağdaki Hristiyan Demokrat Birliği Partisi (CDU) iktidarı döneminde gerçekleşmiştir. 1957 yılında Aile Bakanlığının ismine Gençlik de eklenmiştir. 1994 yılına kadar kadın, sağlık ve yaşlılar ibareleri de Bakanlığın ismine eklenmiştir. 1994 yılından itibaren bakanlığın ismi değişmemiş ve Aile, Yaşlı, Kadın ve Gençlik Bakanlığı olarak hizmet vermiştir.

1953 yılından 2020 yılına kadar toplam 20 bakan atanmıştır. Atanan bakanlar büyük oranda kadınlardan seçilmiştir. Bakanlık tarihi boyunca üç erkek bakan atanmıştır. Bakanlığın ana hizmet birimleri Demokrasi ve Katılım; Aile; Demografik Değişim, Yaşlılar, Refah; Cinsiyet Eşitliği; Çocuk ve Gençlik'ten oluşmaktadır. Bu birimlerin her biri alt şubelere ayrılmıştır.

Türkiye'de 2011 yılında 633 sayılı KHK ile Bakanlık çatısı altında birleşen; aile, kadın, çocuk, yaşlı ve engelli hizmetleri icracı bir bakanlık aracılığıyla yürütülmeye başlanmıştır. Öncesinde ise 1983 yılında kurulan Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu çocuk hizmetlerini, 1989 yılında kurulan Aile Araştırma Kurumu aileye yönelik hizmetleri, 1990 yılında kurulan Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü kadınlara yönelik hizmetleri, 1997 yılında kurulan Özürlüler İdaresi Başkanlığı engelli bireylere yönelik hizmetleri yürütmektedir 2004 yılında kurulan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü ise ihtiyaç sahiplerine yönelik faaliyet göstermektedir (Gedikkaya, 2019). 2018 yılında yayınlanan Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile birlikte Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı birleştirilerek Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı adıyla hizmet vermeye başlamıştır. Bakanlığın aileye yönelik ana hizmet birimleri; Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Şehit Yakınları ve Gaziler Genel Müdürlüğü, Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğünden oluşmaktadır.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı döneminde (2011-2018), beş kadın bakan atanmıştır. Adında aile olan bakanlık örgütlenmesi kuruluncaya kadar geçen süreçte kadından sorumlu devlet bakanları görevlendirilmiştir. Kadından sorumlu devlet bakanı atamalarında iki erkek bakan yer almakla birlikte 2011 sonrası ailenin bakanlık örgütlenmesine sahip olması itibarıyla söz konusu bakanlığın bakanlarının hepsi kadın olmuştur. Bu bir anlamda aile politikasının özünde yer alan düşünceden ya da aile konusunun kadın alanı olarak görülmesinden kaynaklandığı çıkarılmasına yol açmaktadır (Gedikkaya, Altunok 2019: 550).

İki ülkenin örgütsel yapısını bakanlığın görevleri yönüyle incelendiğinde Almanya'da Aile, Yaşlı, Kadın ve Gençlik Bakanlığı (Bundesministerium für Familie Senioren Frauen und Jugend)'nın aile ile ilgili görevleri:

- 1- İş ve aile dengesinin sağlamak,
- 2- Tek ebeveynli aileleri ve çok çocuklu aileleri güçlendirmek,
- 3- Çocuk yoksulluğunu azaltmak,
- 4- Göçmen ailelerin entegrasyonu ve oryantasyonunu desteklemek,
- 5- Aileyi destekleyici hizmetler geliştirmek,

- 6- Almanya'da aile hayatı hakkında bilgileri sistematikleştirerek, sürdürülebilir aile politikası için bir temel oluşturmak,
- 7- Aile yardımlarını daha etkili şekillendirmek, aile ile ilgili sistematik önlemler almak ve uygulamak ve bunların etki analizi yapmak,
- 8- Hükümetin demografik stratejileri çerçevesinde bakanlıklar, eyaletler, belediyeler, dernekler ve diğer toplumsal aktörlerle işbirliği içinde öneriler ve planlar geliştirmektir.

Bunların yanı sıra bakanlığın toplumsal cinsiyet, gönüllülük, yaşlılar, çocuk ve gençlerle ilgili de görevleri bulunmaktadır. Doğrudan doğruya aile ile ilgili görevleri ebeveynlik sorumluluğu olanlara daha iyi şartlar sağlamak, çocuk bakımında babaların rolünü güçlendirmek, aile içi şiddetin önlenmesi, aile refahının sağlanması yer almaktadır. Bu nedenle Bakanlık aile odaklı dernekleri ve aile danışmanlığı yürüten kurumları da destekler. Dolayısıyla Bakanlık aileye maddi ve manevi destek (bakım parası, doğum izni, çocuk parası ve ebeveyn ödeneği, danışmanlık hizmeti) ve ailelerin çıkarlarının dikkate alınmasını sağlamakla görevlidir.

Türkiye'de Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, kamu örgütlenmesinde çok yönlü işlevselliğe sahip bir yapılanmaya ve görev tanımına sahip olmuştur. Toplumun hassas kesimlerine yönelik görev tanımı ve faaliyetleri düşünüldüğünde bu konulara ilişkin işlevselliği açıkça görülmektedir (Altunok, 2014: 90). Bu doğrultuda Bakanlığın teşkilat kanununda yer alan görevlerine bakıldığında; sosyal hizmet ve yardımlar, aile yapısının ve değerlerinin korunması, çocuklar, kadınlar, şehit yakınları ve gazilere yönelik hizmetlerin sayıldığı detaylı bir görev listesi görülmektedir. Bakanlığın doğrudan aileye yönelik görevi ise (CB Kararnamesi, Md. 65.); "Ailenin bütünlüğünü korumak, parçalanmış ailelerin korunmaya, yardıma ve bakıma muhtaç fertleriyle çocuklarına her türlü maddî, manevî ve sosyal destek sağlamak; bu amaçla gerekli planlamaları yapmak, eğitim faaliyetlerinde bulunmak," şeklinde ifade edilmiştir. Türkiye'de aileden sorumlu bakanlığın genel olarak aile içi şiddetin önlenmesi için eğitim programları, aileyi destekleme ve koruma, danışma ve rehberlik hizmetleri yürüttüğü görülmektedir. Aynı bakanlık çocuk yardımı ve ebeveyn izinleri konusunda da yetkilidir. Bununla birlikte Türkiye'de 2010 sonrasında bakanlığın öne çıkan konularında biri de iş ve aile yaşamını uzlaştırmak olmuştur. 2010 yılında bir dizi çalışmayla başlayan uzlaştırma arayışları somut olarak Aile ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması Programı'nda yer almıştır (Gün, 2016: 36). Pro-natalist (doğurganlığı artırıcı) programların öne çıktığı politikalar içerisinde yer alan iş ve aile yaşamını uzlaştırma politikaları, Türkiye'de kadınlara yönelik politikalar olarak görülmüştür. Örneğin 65. Hükümet Programında "kadınlarımız için iş ve aile hayatının uyumlaştırması politikalarını hayata geçireceğiz" (39) ifadesi bu yöndeki çalışmaların temelde nüfusu artırma yönündeki düşünce etrafında şekillenmektedir.

3.2. Politika Araçları

Aile politikası söz konusu olduğunda çok farklı politika müdahaleleri olsa da bunlar üç alanda toplanabilmektedir. Nakit yardımlar, izinler ve altyapı. Nakit yardımlar; örneğin, çocuk parası veya bakım parası, izinler; yarı zamanlı çalışma veya ebeveyn izni gibi yasal haklar, altyapı; gündüz bakım merkezleri içermektedir. Bu kapsamda politika araçları maddi yardımlar, izinler ve altyapı alt başlıkları içerisinde incelenmiştir.

3.2.1. Maddi yardımlar/ Ödenekler

Alman aile politikası dendiğinde akla ilk gelenlerden biri cömert çocuk parasıdır. Türk filmlerine dahi konu olan bu uygulama yukarıda değinildiği gibi "daha fazla çocuk-

birden fazla çocuk" ilkesi doğrultusunda geliştirilmiştir. 1950'lerde uygulanmaya başlayan çocuk parası başlangıçta yalnızca üçüncü çocuk için ödenirken, yavaş yavaş ikinci çocuk ve daha sonra ilk çocuk için de ödenmeye başlamıştır. 2010 yılında çocuk parası federal bütçenin %13'ünü oluşturmaktaydı (Rainer vd., 2012: 10).

Çocuk parası yanı sıra son yıllarda getirilen ebeveyn ödeneği ve çocuk bakımı ödeneği de önemli müdahale araçlarıdır. Ayrıca, belirli dezavantajlı gruplar için çeşitli nakdi yardımlar yapılmaktadır. Doğumda -tıbbi bakım ve ebe yardımına ek olarak- doğum yardımı yasal sağlık sigortası aracılığıyla federal bütçeden finanse edilmektedir. Doğumdan sonraki ilk 14 ayda, her iki ebeveyn de gelirlerine bağlı olarak ayda 300 - 1.800 avro arasında ebeveyn yardımı alabilir. Çocuğun 15. ayının başlangıcından 36. ayının sonuna kadar, ebeveynler, çocuğun kamu tarafından finanse edilen bir kurumda bakım görmemesi koşuluyla- 100 (veya 150 Euro) çocuk bakımı ödeneği alırlar. Ebeveynler, çocuklarının 18. yaş gününe kadar her ay 184 - 215 avro arasında çocuk parası almaktadır. Düşük gelirli aileler için çocuk parası, çocuk barınma parası, sosyal yardım, yakıt yardımı gibi çeşitli yardımlar yapılmaktadır. Tek ebeveynli aileler için bakım avansı ve vergi indirimi sağlanmaktadır (Bundeszentrale für politische Bildung, 2018: 7).

Almanya'da ikamet eden, çocukla birlikte bir hanede yaşayan, çocuğa bakan ve büyüten, her hangi bir işi olmayan ya da tam zamanlı istihdam edilmeyen kişilere aile yardımı (ebeveyn parası) yapılmaktadır. Anne- babanın ağır hastalığı, ya da ciddi sakatlığı nedeniyle çocuğa bakamayacak durumda ise veya anne babanın ölmesi durumunda, (3. dereceye kadar) diğer şartları yerine getiren ebeveyn parası alma hakkı vardır. Kanuna göre ebeveyn parası kişinin doğum öncesi gelirinin yüzde 67'si oranında verilmektedir. Ebeveyn parasını hak eden kişinin hiç bir geliri yok ise aylık 1.800 Euro olmak üzere ödeme yapılmaktadır. Gerçekten de teşvik kanunun yürürlüğe girmesi ile birlikte 15 ve 49 yaşları arasındaki kadınların doğum oranı 2006 yılında 1.33 iken 2007 de 1.37'ye yükselmiştir. Bu denli yüksek bir orana ancak 2000 yılında ulaşılmıştır (1.38). Ancak doğum oranlarındaki artış özellikle 33 ve 37 yaş arasındaki kadınlarda olmuştur. Bu durum her ne kadar Aile Bakanlığı tarafından bir başarı olarak nitelendirilse de gerçek anlamda doğum oranlarında bir artışın olup olmadığı ve bu artışta teşviklerin payının ne olduğu henüz tartışmalıdır (Reich, 2008: 817). Ancak Almanya'da bakanlığın yaptığı araştırmaya göre uzun vadede iş ve aile hayatının uzlaştırılmasının doğum oranlarında artış sağlama eğilimindedir. Son yıllarda Almanya'da doğum oranlarını artış göstermesinde istikrarlı ekonomi ve hane gelirinin artması yanı sıra iş ve aile yaşamının uzlaştırılması da önemli bir faktör olarak sayılmaktadır (Bundesministerium Für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Geschichte des Ministeriums, 2012: 2).

Türkiye'de doğum yardımı 2015 yılında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin ek 4 üncü maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre bir defaya mahsus ilk çocuk için 300 TL, ikinci için 400 TL üçüncü ve daha sonraki çocuklar için 600 TL verilmektedir. Doğum Yardımı, Türk vatandaşları ile Mavi kart sahiplerine 15.05.2015 tarihinde ve sonrasında gerçekleşen canlı doğumlar için verilmektedir. Yardım bu tarihten önce doğan çocuklar için yardım verilmemektedir (Doğum Yardımı Yönetmeliği, 2015).

3.2.2. İzinler

Almanya'da 2007 yılında aile yardımı ve ebeveyn izni ile ilgili kanun yürürlüğe konmuştur. Bu kanun Almanya'nın aile politikalarında bir paradigma değişimi olarak değerlendirilmiştir. Kanuna göre hem annelerin hem de babaların iş yaşam dengesi teşvik edilmiştir (Reich, 2008: 816). 2007'de çıkan kanuna İskandinav modelini örnek alarak 12 ila 14 ay arası ebeveyn izni öngörmektedir. Eğer istenirse anne ve babalar, en az iki aylık izni kullanmak şartıyla, 14 aylık ebeveyn iznini kendi aralarında paylaşabilirler. Doğum

sonrası iznin büyük kısmını anneler almaktadır. Bu nedenle mecburi olan iki aylık izne "baba ayları" denmektedir (Reich, 2008: 816). Dolayısıyla Almanya'da kadının doğum yapmasından sonra 14 haftalık ücretli izin hakkının yanı sıra 12 ay boyunca eksik maaşla ebeveyn izni kullanma hakkı vardır.

Bakım sorumluluğu olan kişiler için iş aile ve bakım arasında dengeyi sağlamak oldukça zordur. Çoğu zaman kişiler işlerini ya tamamen bırakmakta ya da yarı zamanlı işlere yönelmektedir. Ancak hem iş için hem de aile içinde bakım sorumluluğunun yerine getirebilmek mümkün olmalı (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2015: 4). Bu nedenle Almanya'da aile bakım süresi kanunu ve bakım süresi kanununda çeşitli düzenlemeler yapılmıştır.

Almanya'da kişilerin bakıma muhtaç akrabaları olması halinde kariyerlerinin aksamaması için çeşitli önlemler alınmıştır. Bir yandan aile içinde bakıma, diğer yandan da işe zaman ayırmanın mümkün olması için 2015 yılında Aile Bakım Süresi ve Bakım Süresi kanununda değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklik ile hem evde bakım sağlayan kişinin işinden vazgeçmemesi hem de aile içinde kuşaklar arası dayanışmayı artırmak amaçlanmaktadır (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2015).

Türkiye'de ebeveynlik izni Devlet Memurları Kanunu (DMK) ve İş Kanununda düzenlenmiştir. 2016 yılında 6663 sayılı kanun ile DMK'nın izin bölümüne anneler için doğumdan önce sekiz, doğumdan sonra sekiz hafta olmak üzere toplam 16 hafta süreyle analık izni verilmektedir. Babalık izni ise babanın isteği üzerine on gündür.

İş Kanununun 74. Maddesine göre kadın işçilerin doğumdan önce sekiz ve doğumdan sonra sekiz hafta olmak üzere toplam 16 haftalık süre için çalıştırılmamaları esastır. Babaya ise beş gün ücretli izin verilmektedir.

3.2.3. Altyapı

Almanya'da 0-3 yaş arası çocuk sayısı 695 048 iken 3-6 yaş arası çocuk sayısı 2.165.535'tir. Almanya genelinde toplam 687.427 kurum 0-3 yaş arası çocuklar için, 2.106.112 ise 3-6 yaş arası çocuklara hizmet vermektedir (Statistisches Bundesamt, 2020). Almanya'da okul öncesi eğitime olan talep Türkiye'dekinden oldukça fazladır. 0-3 yaş arası çocuklarda okullaşma oranı %31.30 ve 3-6 yaş arası OECD verilerine göre Almanya'da 3-6 yaş arası okul öncesi eğitime katılım oranı %94,6'dır (OECD Education at Glance 2019).

Almanya Federal hükümeti iyi bir erken çocukluk eğitimi, bakımı ve yetiştirilmeyi sağlamak için, eyaletlere gündüz bakım merkezlerini artırmaları için büyük mali yardımla desteklemektedir. Mali yardımlar neticesinde ülke genelinde gündüz bakım merkezlerinin oranı 2008'den bu yana yüzde 17,6'dan yüzde 34,3'e (2019) neredeyse iki katına çıkmıştır.

Almanya çocuk bakım hizmetlerini genişletmek, 2020 ve 2021'deki korona salgınının sonuçlarıyla başa çıkmak için ekonomik teşvik paketiyle birlikte bir milyar avro mali destek sağlayarak gündüz bakım merkezlerinde ve gündüz bakımevlerinde 90.000'e kadar yeni çocuk bakım yeri açmayı hedeflemektedir (Bundesministerium für Familie Senioren Frauen und Jugend, 2020).

Türkiye'de 0- 4 yaş arası çocuk nüfusu 6.345.136'dır. 5-9 yaş arasında ise 6.461.039 çocuk nüfusu vardır. Türkiye'de 2019- 2020 eğitim öğretim dönemi verilerine göre toplam 11.485 okul öncesi eğitim kurumu vardır. Bunların 5.830 kamu, 5.655 ise özel okul öncesi eğitim kurumlarıdır. Ayrıca kamu ve özel okulları bünyesinde 19.810 anasınıfı vardır (MEB, 2019-2020 Eğitim İstatistikleri). 2015-2016 eğitim öğretim yılında 3-5 yaş arasındaki çocukların okullaşma oranı 33,3; 4-5 yaş grubunda 43; 5 yaş grubunda 55,5 iken 2018-2019 eğitim öğretim yılında 3-5 yaş grubunda oran 39,1'e, 4-5 yaş grubunda 50,8'e ve 5 yaş grubunda 68,3'e yükselmiştir (Çocuk Bülteni, 2020: 49).

Onuncu Kalkınma Planının (2014-2018) Öncelikli Dönüşüm Programlarından biri olan Ailenin ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması Programında "Kaliteli, hesaplı ve kolay erişilebilir kreş ve okul öncesi eğitim imkânlarının yaygınlaştırılması" hedefi yer almaktadır. Bu kapsamda başta organize sanayi bölgelerinde olmak üzere özel sektörde kreş imkânlarının artırılması konusunda işçi ve işveren sendikalarıyla birlikte politikalar belirlenmesi öngörülmüştür (Ailenin ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması Programı, 2015: 14). Aile ve iş yaşamının uyumlaştırılmasına yönelik güvenceli esnek çalışma, kreş ve çocuk bakım hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve erişilebilir kılınması ile ebeveyn izni gibi alternatif modeller uygulanması planlanmıştır (10. Kalkınma Planı (2014-2018), 2013: 41). Bakım hizmeti altyapısının oluşturulması programda iş ve aile hayatının uzlaştırılması ve dinamik nüfusun sağlanması başlığı altında ele alınmıştır. Dolayısıyla hem geleneksel aile yapısını koruyarak dinamik nüfusun korunması hem de kadınların iş hayatı ile aile hayatını dengede tutmalarını sağlayacak iyileştirmeler yapılmak istenmiştir.

Türkiye'de bakım hizmetleri durumuna bakıldığında 0-3 yaş bebek bakımının sorumluluğu genellikle anne üstlenmiş olduğu görülmektedir. Çalışan annelerin bu süreçte doğum izninden sonra, rapor alarak veya ücretsiz izin alarak çocuklarına baktıkları görülmektedir. 2016 yılında yürütülen Aile Yapısı Araştırmasına göre hanelerin %86'sında bakım işini annelerin, anneden sonra %7,4 ile en fazla anneanne veya babaanne üstlendi görülmüştür (TÜİK, 2016). 2011 yılında küçük çocukların gündüz bakımını ağırlıklı olarak (%88) annenin yaptığı görülmektedir. Anneyi babaanne (%5) ve anneanne (%4) takip etmektedir. Kreşten gündüz bakımı sağlayanların oranının sadece %3 olması Türkiye'de kurumsallaşmış bakım hizmetlerinin ne kadar az kullanıldığına ilişkin fikir vermektedir (TAYA, 2014: 239). Ancak çeşitli Avrupa Birliği projeleri ile hem çocukların kurumsal bakımı hem de evde eğitilmiş bakıcılar tarafından bakılmasını teşvik eden projeler hayata geçirilmektedir.

Bu projelerden biri Türkiye ve Avrupa Birliği tarafından ortaklaşa finanse edilen Kurumsal Çocuk Bakım Hizmetleri Yoluyla Kayıtlı Kadın İstihdamının Desteklenmesi Projesi ile 0-60 ay arasında küçük çocuğu olan; çalışmaya başlamak veya daha önce çalıştığı işe geri dönmek isteyen ya da hali hazırda bir işi olan ve çocuğunu kreşe gönderen annelere, aylık 100 Avro mali destek sağlanmaktadır (<http://sgkkurumsalcocukbakimi.org/>). Böylece çocuk bakımı konusunda kurumsallaşmanın artması hedeflenmektedir. Annelerin desteklenmesinin yanı sıra yatırım teşvik sistemi yöntemiyle özel gündüz bakım evleri ve kreşlerin açılması için girişimciler de desteklenmektedir.

Kurumsal bakım desteği haricinde Avrupa Birliği işbirliği ile geliştirilen "Eğitilmiş Çocuk Bakıcılarının Teşviki Yoluyla Kayıtlı Kadın İstihdamının Desteklenmesi Projesi" ile 0-36 aylık bebekli çalışan anneler desteklenmektedir. 300 Avroya kadar desteklenen annelerin sertifikalı ya da eğitilmiş bakıcı ile çalışmaları zorunludur. Böylelikle hem kadın istihdamı teşvik edilmekte hem de eğitilmiş bebek bakıcılığı konusunda farkındalık artırılmaya çalışılmaktadır. Tüm bu girişimler erken dönem çocuklar için bakım hizmetinin anne dışında kurumsal veya eğitilmiş bakıcılar aracılığıyla yürütülmesi ve iş-aile hayatının uzlaşması yönündeki politikaların hayata geçirilmesine katkı sağlamaktadır.

4. Sonuç

Bu çalışmada Almanya ve Türkiye'nin aile politikalarının örgütsel yapısı ve politika araçları karşılaştırılarak iki ülke arasında benzerlik ve farklılıklar irdelenmiştir. İki ülke de aileyi doğrudan bir müdahale alanı olarak ele almaktadır. Her iki ülkenin bu anlamda aile konusunda uzmanlaşmış ve örgütlenmiş bakanlık teşkilatı vardır. İki ülkenin

bakanlıklarının görev alanlarında aile yapısını koruma, aileyi destekleyici hizmetler ve tek ebeveynli aileleri desteklemek gibi ortak noktalar bulunmaktadır. İki ülkenin politika araçları incelendiğinde doğumu artırıcı yönde uygulamaların desteklendiği görülmektedir. Ancak bunu Almanya ciddi nakdi yardımlarla desteklerken Türkiye’de nakdi yardımlar ve çocuk bakımına ilişkin altyapının sınırlı olduğu görülmektedir. Bu anlamda doğum oranlarında ki teşvik söylem düzeyinde kalmakta ve doğum sonrası çocuk bakımı görevi de büyük oranda kadına bırakılmaktadır.

Almanya ve Türkiye’nin aile politikalarını şekillendiren ortak noktalardan biri nüfusun dinamikliğini korumaktır. Bu amaç Almanya’da 2002 yıllarında doğrudan telaffuz edilmiş ve bakanlığın politika gündeminde yer almıştır. Türkiye’de ise Ailenin ve Dinamik Nüfusun Korunması Planında aile politikaları doğrudan nüfus artırıcı politikalarla birlikte ele alınmıştır.

Türkiye’de aile politikalarının öne çıkan özelliği 2010 sonrasında geleneksel aile yapısını koruma düşüncesi ve iş-aile hayatının uzlaştırılması politikalarının birlikte yürütülmeye çalışılmasıdır. Ancak Türkiye’de iş ve aile yaşamının uzlaştırılması politikaları kadının anne olma düşüncesini ertelememesi veya bu düşünceye sahip olmamasının önüne geçmek üzere kuruludur. Dolayısıyla nüfusun dinamikliğini korumak esas olduğundan kadınların iş ve aile hayatını uzlaştırmak temel hedeftir. Oysa Almanya’da 2007 yılında kabul edilen aile yardımı ve ebeveyn izni ile ilgili kanun ile Almanya’da iş ve aile yaşamını uzlaştırma politikaları tıpkı İskandinav ülkelerinde olduğu gibi hem anne hem baba için bu uyumlaştırmayı öngörmektedir.

Türkiye’de kamu politikaları literatürü, dünyanın geri kalanında olduğu gibi hızla gelişmekte ve genişlemektedir. Bunun nedeni spesifik alanlara ilişkin kamu politika analizi çalışmalarının henüz yeterli olmamasıdır. Aile politikaları ve karşılaştırmalı kamu politikaları analizi bunlar arasındadır. 2000 sonrası Türkiye’de Aile politikaları, liberal-muhafazakar politika takip eden Adalet ve Kalkınma Partisi ile birlikte politika gündeminde sürekli ortaya çıkan bir alan olmuştur. Türkiye’deki gelişmeleri, yine bu alanda örnek gösterilen Almanya örneği ile karşılaştırmak literatüre önemli fayda sunacaktır. İlgili iki ülkenin aile politikası alanında, örgütsel yapısı ve politika araçlarına ilişkin, hem politika yapıcılara hem de akademik araştırmalarda veri sunması amaçlanmıştır. Bu çalışmada ele alınmayan ve ayrı bir çalışma olabilecek olan Türk aile politikalarının farklı refah rejimleri içerisindeki yerinin karşılaştırmalı olarak ele alınması literatürde önemli bir boşluğu dolduracaktır.

KAYNAKÇA

- Ailenin ve Dinamik Nüfus Yapısının Korunması Programı, (2015).
<https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/22AileninveDinamikNufusYapisininKorunmasiProgramiBASKI.pdf> (Erişim Tar. 14.08.2020).
- BOLING, P. (2015). *The Politics of Work-Family Policies*, Cambridge University Press.
- Bundesministerium Für Familie Senioren Frauen und Jugend (2020).
<https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/familie/kinderbetreuung/kita-ausbau-gesetze-und-investitionsprogramme-86394>(Erişim Tarihi: 03.08.2020)
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2015). *Bessere Vereinbarkeit von Familie, Pflege und Beruf*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Referat Öffentlichkeitsarbeit: Berlin.
- Bundesministerium Für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Geschichte des Ministeriums, <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/ministerium/geschichte>, (Erişim Tarihi: 10.08.2020)

Bundesministerium Für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Geschichte des Ministeriums (2012). Geburten und Geburtenverhalten in Deutschland , <https://www.bmfsfj.de/blob/75090/7a1ebb08b6be4f49607ad3bdbefda302/geburten-und-geburtenverhalten-in-d-data.pdf> (Erişim Tar. 19.09. 2020).

Bundeszentrale Für Politische Bildung (2018). <https://www.bpb.de/politik/innenpolitik/familienpolitik/> (Erişim Tarihi: 03.08.2020)

CASTELS, F.G. (1998). *Comparative Public Policy: Patterns of Post-War Transformation*, London: Edward Elgar Pub.

Çocuk Bülteni (2020). 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı 100. Yıl Özel Çocuk Bülteni, Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü, <https://ailevecalisma.gov.tr/media/44228/23nisan-cocuk-bulteni.pdf> (Erişim Tar. 1.10.2020).

DEDEOĞLU, S., ŞAHANKAYA, A. (2015). Türkiye’de İş ve Aile Yaşamını Uyumlulaştırma Politikaları. Dedeoğlu, S. Elveren, A.Y. (edi.), *2000’ler Türkiye’sinde Sosyal Politika ve Toplumsal Cinsiyet*, Ankara: İmge Yayınevi.

DODDS, A. (2018). *Comparative Public Policy*. Macmillan International Higher Education, Palgrave.

DPT (1984). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, DPT Yayın No: 1974 <http://ekutup.dpt.gov.tr/>. (Erişim Tarihi: 08.08.2020)

DUMON, W. (1991). Avrupa Topluluğu Ülkelerinde Aile Politikaları. (Çev.M. Ruhi Esengün), *Aile ve Toplum*, 1 (2) ss. 1-11.

DYE, T. (2013). *Understanding public policy*, Pearson, USA.

ELNUR, A. (2019). Refah Rejimleri Bağlamında Babalık Yönelimli Aile Politikaları-Fatherhood-Oriented Family Policies in the Context of Welfare Regimes. Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi, 2(1), 48-66.

GEDİKKAYA, F. G. (2018). Türkiye’de Aile Politikaları: 2003 Sonrası Dönem Üzerine Analiz, Yayınlanmamış Doktora Tezi, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara.

GEDİKKAYA, F. G. (2019). Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. *Türkiye Cumhuriyeti Bakanlıklar Tarihi*, Ankara: TİAV Yayınları.

Grundgesetz, Alman Anayasası, <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR000010949.html> (Erişim Tar. 20.09. 2020).

GUPTA, K. (2012). Comparative Public Policy: Using the Comparative Method to Advance Our Understanding of the Policy Process, *The Policy Studies Journal*, 40 (1), ss. 11-26.

GÜN, S. (2016).Neoliberal Muhafazakârlığın İş ve Aile Yaşamını Uzlaştırma Yaklaşımı, *Mülkiye Dergisi*, 40 (3), 35-53.

GÜVENDİ, M. A. (2018). Karşılaştırmalı Bir Perspektiften Türkiye’de Aile Politikaları, İlke Politika Notu, 3-26.

HANTRAI, L. (2004). *Family Policy Matters, Responding to family change in Europe*. UK: The Policy Press.

HEIDENHEIMER, A., HACLO, H., ADAMS, C. T. (1975). *Comparative Public Policy: The Politics of Social Choice in Europe and America*. New York: St. Martin's.

İnternet. <http://www.sgkkurumsalcocukbakimi.org/> (Erişim Tarihi: 05.08.2020)

Kalkınma Bakanlığı (2013). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf> (Erişim Tar. 10.09.2020)

LEVITSKY, S., ve WAY, L. A. (2010). *Competitive Authoritarianism: Hybrid Regimes After the Cold War*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

- LODGE, M. (2007). *Comparative Public Policy. Handbook of Public Policy Analysis*, (Frank Fischer, Gerald J. Miller, Mara S. Sidney (eds)), Boca Raton: CRC Press.
- LOHMANN, H., ve ZAGEL, H. (2018). Comparing family policies: approaches, methods and databases. In *Handbook of family policy*. Edward Elgar Publishing.
- MEB Eğitim İstatistikleri (2020).
http://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2020_09/04144812_meb_istatistikleri_orgun_egitim_2019_2020.pdf (Erişim Tarihi: 08.08.2020)
- OECD (2019). *OECD Education at a Glance 2019*.
<https://www.oecd.org/education/education-at-a-glance/> (Erişim Tarihi: 07.08.2020)
- ÖZBAY, F. (2015). *Dünden Bugüne Aile, Kent ve Nüfus*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- PETERS, G. (2015). *American Public Policy: Promise and Performance*. 10rd Ed., California: CQ Press.
- PETERS, G. (1998). *Comparative Politics Theory and Methods*. London: Macmillan Press.
- RAINER, H., BAUERNSCHUSTER, S., DANZER, N., HENER, T., HOLZNER, C., & REINKOWSKI, J. (2012). Kindergeld, ifo Forschungsberichte.
- REICH, N. (2008). Deutsche Familienpolitik im internationalen Vergleich, *Wirtschaftsdienst*, 88 (12), ss. 816-822.
- SCHMIDT, M. (1988). *Staatstätigkeit International und historisch vergleichende Analysen*, VS Verlag für Sozialwissenschaften: Opladen.
- SCHOLZE, N. (2012). *Aktuelle familienpolitische Entwicklungen – ein Vergleich von Schweden, Großbritannien und Deutschland*. Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät Universität Potsdam: Potsdam.
- SOBACI, Z. (2008). Uluslararası Politika Yakınsaması: Kavramsal Çerçeve. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63 (3), ss. 146- 159.
- Statisches Bundesamt. https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Soziales/Kindertagesbetreuung/_inhalt.html (Erişim Tar. 5.8.2020).
- Türkiye Aile Yapısı (TAYA) (2014). *Türkiye Aile Yapısı Araştırması Tespitler Öneriler*. (Mustafa Turğut, Semiha Feyzioğlu (edi.)). T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü Araştırma ve Sosyal Politika Serisi, İstanbul.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası (1982).
<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> (Erişim Tarihi: 18.08.2020).
- Türkiye İstatistik Kurumu (2016). *Aile Yapısı Araştırması 2016*.
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=2186> (Erişim Tar. 05.08.2020).
- WONG, W. (2016) *Comparative Public Policy. Global Encyclopedia of Public Administration. Public Policy and Governance*, Farazmand A. (eds), Springer.
- YILMAZ, Z. (2015). "Strengthening the Family" Policies in Turkey: Managing the Social Question and Armoring Conservative–Neoliberal Populism, *Turkish Studies*, 16:3, ss. 371-390.
- ZIMMERMAN, S. (1995). *Understanding Family Policy*, California, Sage Publications.

Summary

In this study; Family policies are examined under headings such as changes in family structures, family welfare and family strengthening. As a result of the comparative family policies, it is possible to see that each country has different applications in family policies at different stages.

There is little research in comparative studies of family policies in Turkey. This article describes how different the family policy issues are in Turkey and Germany and emphasizes the similarities. Study examines the public service delivery and organization of family policies in Turkey and Germany. Variables such as the child population and the number of preschool institutions between the two countries were compared and then the relationships between these factors were interpreted.

While family policies are defined directly as a duty of the state by the constitution in some countries, in others countries they are more closed within the population or social policies. Germany and Turkey have the ministries with specific targets related to the family unit and its members. Both states have included the family on constitutional guarantees, and have given the government a direct task of producing policies towards the family. The Administrative unit responsible for family in Germany is the "Ministry of Family, Elderly, Women and Youth". The establishment of family policy at the ministerial level was in 1953 under the rule of the Center-right Christian Democratic Union Party (CDU). In Turkey the Ministry of Family and Social Policies was established by this Decree No. 633 in 2011, women, children, elderly and disabled services are combined within its roof.

In addition to the fact that the two countries carry out family policies at the ministerial level, there are also similarities in terms of the duties of the ministries. Tasks such as ensuring work and family balance, reducing child poverty, supporting single-parent families and developing family supportive services are common issues in both ministries. However, there are also differentiated tasks such as to support the integration and orientation of immigrant families in Germany and support for martyrs' and veterans' families in Turkey.

In the article, cash aids, permits and infrastructure titles were also examined. Compared to many countries, Germany is known for generous family benefits, especially child benefits. These social transfers, which also have even been the subject of popular cinema in Turkey, have an important place in Germany's family policy. The low birth rates and aging population led the German government to the policies to increase the active population. To achieve this goal, policies such as expanding parental leave and benefits and increasing child care services have been followed. In Germany, in the last decade, there is a tendency from the traditional "father and housewife mother" model towards the model of women's participation in the labor force. This orientation is supported by both cash aid and infrastructure. 687,427 institutions serve children between the ages of 0-3 and 2,106,112 institutions for children between the ages of 3-6. In Turkey, there are 11,485 pre-schools educational institutions. 5.830 of them are public and 5.655 private pre-school education institutions. When considering each country's child population child care and education aspect is problematic in Turkey.

Prominent feature of family policy after 2010 in Turkey is the idea of protecting the traditional family structure together with work-family life reconciliation policy. Although this idea is implemented with flexible working models of mothers, the fact that child care services are not at the desired level in terms of infrastructure affects the success of the policy.

Public policy literature in Turkey is rapidly developing and expanding as the rest of the world. The reason for this is that public policy analysis studies on specific areas are not yet sufficient. These include family policies and comparative public policy analysis. In terms of Family policies in Turkey after 2000, especially with the Justice and Development Party, which followed a liberal-conservative policy, it has been an area that constantly appears on the policy agenda. developments To compare this with the case of Germany, as a famous example in the area, will offer significant benefits to literature. It is aimed to present data to both policy makers and academic research on the organizational structure and policy tools of the two countries concerned in the field of family policy.

Dijital Flörtleşme: Post-Dijital Sorunlara Post-Dijital Çözümler

Eda Merve KURTULUŞ*, Fatma Sıla AYAN**

Öz

Dijital uygulamalar; özellikle ergenlikte kişinin zamanı yönetme becerisiyle eleştirel ve çift düşünme (double-think) yetisi geliştirebilmeleri, toplumsal olaylara duyarlılığı arttırarak ergenlerin sosyalleşme süreçlerine pozitif katkı sağlayabilmeleriyle çoğu bilimsel çalışmaya istenen ve istenmeyen etkileri açısından konu olmuştur. İnternet/ sosyal medya bağımlılığının beden- kişilik algısı üzerindeki etkilerine dair tematik çalışmalar artarken dijital ilişki dinamik ve örüntülerini, özellikle de uzun süreli ilişkideki ya da evli çiftlerdeki dijital flörte bakış açısını inceleyen çalışmalar ise azınlıktadır. Sosyal bilim dalları; sosyal medya (SM) kaynaklı sorunları kültürler kodlarla çözümlenmede bir anlamda hazırlıksız ve tecrübesiz yakalanmıştır. Sosyal medyanın özellikle de romantik ilişkilerdeki dijitalleşme sürecindeki etkilerine, siber psikoloji ve nöropsikofizyolojinin yanı sıra sosyoekonomik-iktisadi-siyasi-hukuki unsurları kapsayan iletişim sosyolojisinin, bilişim ve hatta siber kriminoloji bilimlerinin bütüncül odağını koruyarak temkin ve sağduyuyla yaklaşılması gerekliliği doğmuştur. Bu derleme literatür taramasına dayalı olarak konuyu ele almaktadır.

Anahtar Kelime: Dijital Flört, Dijital Flörtleşme, Flört, Çevrimiçi Arkadaşlık, Çöpçatanlık Siteleri

Digital Flirting: Post-Digital Solutions to Post-Digital Problems

Abstract

Digital dating applications have been the subject of many scientific studies in terms of their desired and undesirable effects by establishing the ability to manage time, developing critical double-thinking skills, increasing sensitivity to social situations, and contributing positively to the socialization processes. While thematic studies on the effects of internet/social media addiction on the perception of body and personality are abundant, studies examining digital relationship dynamics and patterns in both adolescence and adulthood, particularly the through perspective of digital dating in long-term relationships or married couples are in minority. As emphasized previously social sciences were caught unprepared and inexperienced in solving issues originating from



Derleme Makale (Review Article)

Geliş/Received: 02.09.2021

Kabul/Accepted: 02.12.2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusbd.984369>

* Öğr. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik-İngilizce Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: emkurtulus@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3041-5800>

** Öğr. Gör., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Gerontoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: fsayan@gelisim.edu.tr ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0576-1338>

social media (SM) with current cultural codes. It has become necessary to approach the effects of social media, especially in the digitalization process in romantic relationships, with caution and common sense, while maintaining the holistic focus of communication sociology, informatics and even cybercriminology sciences, which includes sociological-economic-political-legal elements as well as cyber psychology and neuro-psychophysiology. This paper reviews digital flirting through documentary based on review of the literature.

Keywords: Digital Flirting, Dating Applications, Flirt, Online Dating, Matching Sites

Giriş

"It's much better to face these kinds of things with a sense of poise and rationality"

**"Bu tür şeylerle dengeli ve mantıklı bir şekilde yüzleşmek iyidir."*

Son yıllarda gözlemlenen sosyal ve teknolojik değişimler, bireylerin sosyal yaşantılarını ve paylaşımlarını da dönüştürmüştür. Tüm dijital platformları tek ortamda birleştirmeyi hedefleyen "Metaverse" kavramının da pekiştirmeyi amaçladığı şekilde dijital kanallarda sürdürülen iletişim gündelik hayatın parçası haline gelmekte ve bu durum alışkanlıkları yeniden şekillendirmektedir.

Statista sayılar özgün kullanıcıları temsil etmemektedir ibaresiyle 2020 verilerini paylaşmıştır. Buna göre aktif internet kullanıcısı sayısı 4.66 milyar ve aktif mobil internet kullanıcı 4.32 milyardır. Podcastlar, mikro-bloglar, forumlar, iş ağları, fotoğraf paylaşımı ve sohbet uygulamalarıyla sosyal ağları içeren şemsiye kavram sosyal medyada (SM) aktif kullanıcı sayısı ise dünya nüfusunun %53'üne denk olacak şekilde 4.2 milyardır (Tankovska, 2021). Instagram 500 milyon, Snapchat 187 milyon ve Twitter 100 milyon aktif kullanıcıyla iletişim dinamiklerini takibi zor bir hızla etkilerken Facebook günlük 1,4 milyar kullanıcıya sahip olması sebebiyle bilimsel çalışmaların yoğunlaştığı bir platform olmuştur (Quiroz & Mickelson, 2021). Buna ek olarak bağımsız bir araştırma firmasının "Digital 2021" raporuna göre, genel nüfusu 84.69 milyon olarak belirtilen Türkiye'de 62.7 milyon internet kullanıcısı olup SM kullanıcı sayısı 54 milyon (genel nüfusun %64'ü) şeklinde raporlanmıştır; en sık kullanılan platformlar ise sırasıyla Youtube, Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter, Facebook Messenger, Pinterest, LinkedIn, Snapchat, Tik Tok, Skype, Twitch, Tumblr, Reddit, WeChat ve Line şeklinde listelenerek, aynı raporda 25-44 yaş arası SM kullanıcı oranının %55.2 olduğuna dikkat çekilmiştir ((Kemp, 2020).

Verilerin ortaya koyduğu gibi dijitalleşme küreselleşmeyle beraber tüm toplumlari derinden etkilemekte ve sosyal yapıları yeniden şekillendirmektedir. Bu çalışmada SM'da bireylerin internet personalarını nasıl şekillendirildiği, beğeni davranışı, sübjektif değerlendirme ve dijital ortamlardaki duygusal ilişkiler, sadakat gibi kavramlar ele alınacaktır.

1. Post Dijitalizm Çağında Dijital Flört

Rasyonel düşünce ve bilimsel bakış açısıyla ölçülebilir, öğretilbilir, öngörülebilir Newton tarafından sınırları belirlenmiş fiziksel kanunlar ve evrensel değerler ile sentez ve tektipleştirme üzerinden hayatı tanımlayan modernizmin dijital karşılığının, etkinin tepki olmaksızın tek yanlı olmanın avantajıyla hâkim olduğu Web 1.0 olduğu iddia edilebilir. Bu durumda kurallığın bozunumu, ben in ve ciddiyetin yitimi, melezlik,

karnavallaşmayı (Soykan, 1993) geleceğe dönüş (back to future) üzerinden tanımlayan ve Heisenberg belirsizlik ilkesi ile şekillenmiş, gerçeğin ortadan kalkmasından geriye kalan "gerçeğin simülasyonunu" post-modernizmin dijital karşılığı ise etki ve tepkinin beraber sahnelendiği gerçeklik ötesi (post-truth) Web 2.0'dir (Hjarvard, 2013).

Bu bakış açısıyla post dijitalizm: materyalizm ya da pragmatizm olmaksızın ortak bir ideali ya da keşişim noktası bulunmayan etkileşimli canlılar ve yapay zekanın, zamandan ve mekandan bağımsız olarak dijital ortamda bulunduğu ve dijital ikizin (digital twin) gerçek dünyadakinden daha iyi olarak algılandığı (hiperrealizm) sanal durumu tanımlar. Post dijitalizm tüketim anlayışını da değiştirmiş, sadece enerji, mal ve metanın değil, sosyal bağların ve cinselliğin de tüketilebildiği yeni bir desen yaratmıştır (Kırılmaz & Ayparçası, 2016). Beğenilerin ve ilişkilerin gerçek dünyadaki güvenilirliğindeki aşınma ve akışkanlaşma ilişkileri ve ilişki pratiklerini de etkilemiş, yakın tarihli çalışmalarda cinsel yolla bulaşan hastalıklardaki artışlar ile partnere ulaşım kolaylığı açısından çevrimiçi tanışma platformlarının kullanımı arasındaki pozitif korelasyon bulunması (Lykens, 2019) ve hiperrealizme olan bağımlılık, dijital flörte dair eğilimlerin sosyal ve sanal gerçeklik üzerinden irdelemesi zorunluluğunu ortaya koymuştur.

2. Platform Tercihlerinde Arz-Talep Dengesi

Koçak, 2013 yılındaki çalışmasında, bireylerin SM kullanımı temel motivasyonlarının haberdar olma ve eğlenmeye yönelik olduğu ortaya koyarak; başlıca davranışların sırasıyla tüketim, katılım ve üretime yönelik olduğunu ifade eder (Koçak, 2013). Sosyal arkadaşlık siteleriyle ilgili ilk çalışmalarda üyelik sebepleri buluşma anksiyetesi, sosyal çevreyi genişletme ihtiyacı ve çeşitli sosyal baskılar olarak nitelendirilirken (Bankhead vd., 2009; Calvert, Moore, & Jensen, 1987; Valkenburg & Peter, 2007) güncel çalışmalarda; bu sebepler akım olması; merak; sosyal eğlence, zaman geçirme ve ayrılık sonrası ilgiyi başka bir yöne kanalize etme; (Frohnholzer, 2021)(Castro & Barrada, 2020), aşkı aramak, günü birlik seks, iletişim kolaylığı, öz değer pekiştirilmesi, heyecan olarak nitelenir (Sumter, Vandenbosch, & Ligtenberg, 2017). Türkiye'de SM'ye bakışı inceleyen bildirisinde Büyüksener, 2009 ülkemizde en yaygın model olan arkadaşlık ve çevre edinmek için kullanılan sosyal ağların yer aldığını ama forum alanlarından haber sitelerinin yorum alanlarına kadar her türlü platformun SM kapsamında değerlendirilebileceğini ifade ederek, SM sınırlarını genişleterek, bir platformdan diğer platforma takip edilebilen veriler ("sizi Letgo'dan/ Yemek Sepeti yorumlarından buldum, instagramdan ekledim") ve iletişim hakkının sınırlarını ve kişisel verilerin korunumunu, dijital görgü ve etik boyutu üzerinden tartışmaya açar (Büyüksener, 2009).

1998'de bilgisayar aracılı iletişim (Computer Mediated Communication) tanımını "internet aracılı" olarak değiştiren Kaplan'a göre; Web 2.0'ın ideolojik ve teknolojik temellerini referans alan ve içeriğin kullanıcı tarafından oluşturulması, değiş tokuş edilmesine izin veren internet aracılı uygulamaların hepsi (Kaplan & Haenlein, 2010) kaynak ve hedefin bir araya gelmesi, etkin, dinamik ve sürekli iletişimde bulunması durumunda SM kapsamına dahil olmakla beraber; iletişimin temel öğelerinden -bilinçli ya da bilinçsiz şekilde muhatabını etkilemek ve onda bir davranış değişikliği meydana getirmek için -yazılı, sözlü, görsel, işitsel ya da bütünlük, açık ya da örtülü *sinaller (ileti, mesaj)* -bu sinyalleri gönderen- *kaynak* ve -kaynağın kendisine gönderdiği mesajı alan, ıskalayan, temassız kalan ya da cevap veren *hedeften* bağımsız değildir. Hiyerarşik sınıflandırması henüz yapılmamış sosyal medyada, kullanım amacına göre MySpace, Facebook, Linked-In; sosyal ya da profesyonel arkadaş ve çevre edinme ile eğlence amaçlı; Tinder, Okcupid, Happn, Badoo, Müslümankalpler, Mus-Match Lavinsta, Lovoo, Siberalem

ağırlıklı olarak çöpçatanlık hizmeti veren mobil ve web uygulamalar şeklinde ayrılabilir (Masciantonio & Bourguignon, 2020).

Uygulamalara giriş, kayıt esnasında doldurulması zorunlu rumuz, cinsiyet, yaş, eğitim bilgisinin platformla paylaşılması ile başlar. Zorunlu bilgiler dışında doldurulması tasarımı, kurgu ve fiziki olarak tatbik gerektirdiği için kişinin inisiyatifine bırakılan bu alanda; hakkında/info, biyografi veya fotoğraf kısmı da bulunabilir. Kişisel gibi görülen bu eylemlerin arkasında platformun türünün, kullanıcının ve muhatabın referans çerçevesinin, bireyin kendi ile iletişiminin, yönelimlerinin, beklentisinin, arkadaşlık ilişkilerinin, aile ilişkilerinin, bulunduğu coğrafyanın, tecrübelerinin, karşısındakini etkileme ve toplumca kabul görme güdüsünün olduğunu gözden kaçırmayan bilişim uzmanları modellemelerini birey- toplum ilişkisinin siber alan (Cyberspace) boyutunda iç içe geçecek şekilde yeniden tasarlarlar (Bogdanov, Busch, Moehlis, Singh, & Szymanski, 2013; He & Zheng, 2013; Kaya, Kawash, Khoury, & Day, 2018). Birden fazla sosyal ağın entegrasyonu ile (Facebook ile bağlanma özelliğiyle ortak arkadaşların bulunması, Twitter/ Spotify ile sosyal etkinliğin genişletilmesi) belirli paydalarla "kümelenme" ya da "naive bayes" (olasılık) algoritmalarına göre çalışarak, hem kaynak hem de hedefe iletişim için demokratik ve eşit imkan sağlar (Pratama & Sarno, 2016; Rieder, 2017). Bu platformlarda, gündelik pratikten farklı olarak algılanabilir, kabul edilebilir (receiving context), mesaj limiti herhangi bir zihni engele takılmaz. Algoritma benzeşimleri kümeleyerek çalıştığından, günlük hayatta rast gelme ihtimali düşük olan "benzerlerin denk gelebilmesi" için katalizör görevi görürken bu mesajların karşılıklı ulaşmasını zaman (timeless-time) ve mekan (spatiotemporal) engelinden de aşırır. Bu geçmişteki temas üzerinden tekrar iletişime geçme ve/veya ileriye yönelik aksiyon alma ile "ilişki yatırımı" her an, her yerde mümkün kılar. SM kullanıcıları, platformun sınırları dahilinde doğrusal ya da döngüsel olarak, izleyicilerinin aktif olduğuna inanmaktadır (Chou, Hunt, Beckjord, Moser, & Hesse, 2009). Kullanıcılar, geleneksel kitle iletişim araçlarının kullanımından farklı olarak, paylaşım hazınının diğer haz- memnuniyet kaynakları ile rekabet edecek kadar yüksek olduğu ve paylaşım içeriğinin geri beslemeler ile hedefin isteklerine uygun şekillenmesi gerekliliğine inanma eğilimindedirler (Takahashi, 2002). Bu durum, uygulama kullanım alışkanlıklarını etkiler. Dünya genelinde aylık 66 milyon aktif kullanıcı ile öne çıkan Tinder uygulaması için yapılan istatistiklerde pazarlı ve arşamba günleri yapılan eşleşmelerin hafta sonu buluşma başarısını arttırdığını, hafta sonu eşleşmelerinin ise taraflarda ön yargı yarattığını göstermiştir (Tyson & vd., 2016). Ülkemizde benzer bir korelasyon çalışması bulunmamakla beraber bu izlenim için pandemi öncesi popüler bir ifade olarak "cumartesi gecesi evde oturan ezik ve yalnız insan" tanımı mevcuttur (Eksisözlük, 2011). Bu tanım, örtük mesajlar kapsamına sadece yazılı iletişimde seçilen kelime ve imla kullanımının değil, ulaştırılan ve alınan mesajların zamanlaması ve hatta yinelenme sıklığının da dahil olduğunu gösterir.

Sosyalleşmenin arkadaş sayısı, günlük paylaşılan aktivite ve hatta atılan tweet sayısı üzerinden tekrar dizayn edilebildiği günümüzde flört ilişkisi içerisinde algı tersine dönerek sosyal paylaşımın yüksek sıklığı, aksi belirtilmedikçe yalnızlık göstergesi ya da mesajın ulaşacağı muhatabın bulunamaması sonucu boşlukta mesajını yineleyerek süzülen bir "başarısız Voyager Mekiği" alegorisine dönüşür. Açık ya da örtük mesajın mahiyeti temelde "duyumsal içerik (sentiment)" ve "metin giriftliği (text complexity)" olarak algılansa da paylaşım zamanlaması da önem kazanır. Paylaşım zamanlaması ile içerik ilişkisinin incelendiği bir çalışmada katekolaminler (norepinefrin, dopamin), kortizol, serotonin ve baskılanmış melatonin seviyelerinden oluşan sirkadiyen ritm örüntüsünü beraber değerlendiren bir çalışmada çevrimiçi paylaşımların, içeriklerinden tamamen bağımsız olarak takipçilere en uygun olduğu düşünülen zamanlarda yapıldığını göstermiştir (Gleasure, 2020).

Tekrarlı, dinamik (swiping, tiktok, snap ya da story) ya da statik her türlü mesajla (profil, feed) kurulan kısa iletişim eylemi, kullanıcı sayısının fazla, zamanın kısıtlı ve kaçırma korkusunun (Fear of Missing Out) var olması sebebiyle "ilk görüşte" karar verme ve aksiyona geçme eylemini zorunlu kılar; Freudiyen bir teori olan "zihinsel enerji modeli" ile ilişkilendirilmiş karar yorgunluğu ve verilmiş kararda ısrar tutumunu tetikler (Baumeister, 2002; Beisswanger, Stone, Hupp, & Allgaier, 2003; Pignatiello, Martin, & Hickman, 2020; Polman & Vohs, 2016).

Çevrimiçi flört platformlardaki yegâne kullanıcılar üyeler değildir. Platformlar, reklam mesajını hedef kitlelere ulaştırabilme, tüketiciyi eksikliği önce hissettirip sonra güdüleyerek, motivasyonu dahilince manipüle edebilme ve örtük reklam yapabilme, kişiselleştirilmiş içeriği uygun zamanda (durex.tr sizi arkadaş olarak ekledi) gösterebilme özelliklerinden ötürü reklam vermek isteyenlerin ve reklam şirketlerinin de odağındadır. Tapan, çalışmasında konum tabanlı uygulama reklamlarının içerikleri incelenmiş sıklığı sırayı takip eden iç giyim, giyim, mayo, takı, çanta, tatil, spa, otel, ulaşım, eğlence, konser, etkinlik, eğitim, sertifika, bilgisayar oyunu, spor malzemesi, dekorasyon, emlak, otomotiv, araç kiralama, sürücü kursu, elektronik eşya, estetik, astroloji, fal reklamlarını veren firmaları yerel ve küresel olarak ayırırken, geçmişte sadece isim, logo, simgeden oluşan kurumsal imajın, grafik-tasarım-reklam- yapısından çıkıp, kurumsal görünüm yanında kurumsal davranış, tutum ve kanaate sahip bir olgu haline geldiğini belirtir. Bu, firmaların gerçek kişilik özelliklerinin bir kısmını taşıyan tüzel, sahte alt kimlik ya da Tapan'ın tanımıyla "kullanıcı profili" şeklinde reklam/ paylaşım yapmalarına imkan verirken (Tapan, 2019) çoğunlukla platformun topluluk kurallarının esnetilmesine de sebep olur. Bu durum her türlü içerikteki reklamların yayınlanabilmesi adına platform kurallarının bir kısmının kontrollü bir şekilde çiğnenebilir hale gelmesiyle belirginleşir (Castells, 2004). Ağ topluluklarının en önemli motivasyonlarından biri olan cinselliğin de reklam amacıyla kullanılmasının meşrulaşması; fuhuşun da dijital markette pazarlanması ile sonuçlanır. Bu, müşteri ve hizmet verenin hizmet beklenti ve sınırlarını, ödeme miktar ve biçiminin kararlaştırılabildiği (Sanders et al., 2018b) , "buluşmaların ücretine mukabil" gerçekleştirilebildiği (Gürel, 2012) ve buluşmaya dek gizliliğin korunmasıyla, kimlik ifşası olmadan güven verici ve hatta alınan hizmetin müşteri tarafından oylanabileceği, yorumlanabileceği ve hatta tavsiye edilebileceği bir ortamın yaratılmasını (Sanders et al., 2018a) mümkün kılar; "eskort" ve "masör" kelimelerinin de (Özbay, 2015) arama motorlarında yerini almasına neden olur.

Platformlar eşleşmek istenen cinsiyete sınır getirmeyen özgür ortamlar olsalar da kullanıcıları, reklam verenler başta olmak üzere ticaret ve parayla ilişkili her konuma açık halde getirmektedir. 5651 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" uyarınca fuhuş suçunun tespiti halinde ilgili sitenin erişiminin engellenmesine karar verilebileceği hükmü olsa da erişim engellemesi platformu etkilemez ve şikâyet durumunda yerine yenisi açılabilen profilin kaldırılması dışında bir yaptırım bulunmaz.

Arz - talep açısından cinsiyetsiz ve anonim olması beklenirken SM, kadın cinselliğinin erkek tarafından kontrol altına alınarak, namuslu/namussuz ya da kolay kadın (Aydoğan, 2021) kategorilerinin tekrardan sınırlarının çizildiği bir kutupluluk inşa eder. Bu durumu (Açıkalın, 2013) ; fuhuşu, "kadın erkek ve cinsellik kavramlarının nasıl anlaşılması gerektiğine dair erkek egemenliğini tarafından dayatılan bir politik yapılanma" olarak belirterek; fuhuşun, politik sistemde yaratılan "erkeklik" kavramının ve yüceltilen statüsünün kadını ve diğer tüm cinsiyetleri ikincil konuma düşürerek gerçekleştirilen bir eylem biçimi" olduğunu ifade eder.

Porno içeriği olmaksızın pornografik unsurlara (gif) ulaşımın özendirilmesi ve fuhuşa kolaylıkla erişimin, tümdengelimci erkek egemen bir düsturla cinsiyetler arası iletişimi kopararak eşitler arası saygıya alaşağı edebileceğini (Durán, Megías, & Moya,

2018), cinsiyetçi tutumu yaygınlaştıracağını, şiddeti normalleştirebileceğini ifade eden çalışmalar çoğunlukta (Bohner, Siebler, & Schmelcher, 2006; Bridges, 2019; Connelly, Kamerade, & Sanders, 2018; Guggisberg, 2020) etmeyenlere göre (Ferguson & Hartley, 2020; Gabe Hatch et al., 2021). Genelevlerin devlet eliyle işletilerek fuhuşun kontrol altına alınması gibi düzenleyici yaklaşımların yaygın olduğu toplumlarda, eşleşmeye dayalı tanışma platformlarını kullanan kadınlara genel bir yaklaşımla "damgalama (stigmatizasyon)" eğilimi görülebildiği gibi kadının "sosyoseksüelliğinin" (Del Río, Ramos-Villagrasa, Castro, & Barrada, 2019) kadının kişisel zayıflığı, ahlaksızlığı, gösteriş düşkünlüğü gibi nitelemelerle etiketlenmesi (slut-shaming) teşvik edilir. Üçgül'e göre damgalama kavramı, sadece hayatını sürdürmek amacıyla ihtiyaç duyduğu geliri cinsel hizmetler sunarak kazanan kadınların bulunduğu meslek grubunu tanımlama anlamına gelmez, bunun yanı sıra kavram birtakım (zührevi hastalıklar ve hukuki boyut dışında) sosyal boyutlara da sahiptir. Bu sosyal boyutlar incelendiğinde ahlaki değerlere, toplumsal yapının genel mahiyetine zarar verebileceğine "inanılan" bir yapılanmanın damgalanması söz konusu olabilir (Enomoto, Noor, & Widner, 2017; Üçgül, 2015). Eşitler arası iletişime tek yönlü ket vuran bu damgalama erkek egemen toplumda "beğenilmeme", "seçilmeme" ya da "sağa kaydırılmamanın" getirdiği öfkeyle başa çıkmak adına yansıttığı "seçici ahlaki" tutumun benimsemesine de yol açabilir. Bu durumda "eşleş(e)meme, beğenilmeme" sebebi platformun çoğunluğunun seks işçileri tarafından oluşturulmasına yorulur, eşleşmenin kadın tarafından kaldırılması durumunda kadınların "zaten zenginlik, yakışıklılık, fit/kaslı olmak, evlilik" gibi "üst düzey/ ütöpik beklentilerinin" varlığı bahane edilerek seçici ahlaki tutum (selective morality) ve elektronik/siber (çöpçatanlık) agresyonu pekiştirilir. Özbay, "Neoliberalizm ve Erkekliğin Halleri" araştırmasında "ikinci dalga feminizmin normalize ettiği haklar ve kazanımlara karşı 'geleneksel' erkekliğin deneyimlediği bir "canhıraş bir reaksiyon olarak erkeklik krizini" tanımlar (Haydari Pakkan, Balsoy, & Tuğ Onaran, 2021; Özbay, 2010). Popüler psikoloji ve medyanın erkeklik krizinin derinine inmekten imtina ettiğini vurgulayarak, krizin 'artık erkekler de suratlarına krem sürüyorlar' seviyesinde geçiştirilemeyecek bir olgu olduğuna dikkat çekerek ortaya çıkan/çıkarılan bu yeni, neoliberal erkekliğin (ve buna mukabil oluşan yeni kadınlığın) cinsiyet düzenini tümüyle değiştirebileceğini, aile ve ebeveynlik kurumunu dönüştürebileceğini, cinsiyet ilişkilerini bambaşka bir düzleme taşıyacağını öngörür (Özbay, 2010). Damgalama algısını bir başka sosyal getirisi de "ciddi" ve "evlilik düşünen" bireyleri bir araya getirmeyi taahhüt eden "İslami" çöpçatanlık sitelerinin kurulması, bununla beraber dikotomik cinsiyet dışında kalan tüm bireyler için daha spesifik kullanım alanı bulan Grindr, Scruff, Gayromeo gibi platformların ise yasaklanmasıdır.

3. Omnipicon'da İlk İntiba: Sosyal Pazarlama

"Lying Is the Most Fun A Girl/Boy Can Have Without Taking Her Clothes Off"

****"Yalan Söylemek, Soyunmadan Yaşanabilecek En Büyük Eğlence"***

Sosyal medyada-ilk izlenim ilişkili bir derlemeye göre (Abramova, Baumann, Krasnova, & Buxmann, 2016) flört için her iki cinste de fiziksel çekicilik ön planda olup, kadınlarda genç ve doğurgan görünümün, erkeklerde fiziksel çekiciliğe ek olarak sosyoekonomik statünün profile yansımalarının (Anderson et al, 2012) fotoğraf, video, ses gibi multimedya materyaliyle desteklenmesi (Takahashi, 2002) tüm cinsiyetlerde eşleşme şansını arttırmaktadır. Fotoğraf yayınlamanın, özellikle kadın cinsiyetinde yaratıcı yönlerini ortaya koyarak kendi çekiciliğine ikna etme ve flört başarısında önemli olduğunu savunan yayınlarda, kadın profilindeki fotoğraf sayısı ve alınan olumlu bildirim korelasyonu kıstas alınarak erkekler için kadın fiziksel çekiciliğinin en önemli kriter olduğu

sonucuna varılmıştır (Rhodes et al., 2005). Fiziksel çekiciliğine verilen önemin farkında olan kadınların, hem işlenmiş görsel materyal (photoshoped) kalitesi ile sayısını arttırmaya eğilimleri oldukları (Kleemans, Daalmans, Carbaat, & Anschütz, 2018) hem de bilgilerini paylaşırken ağırlıklarını eksik, boylarını fazla bildirme eğiliminde olduklarına değinilerek, (Hancock, Toma, & Ellison, 2007) kadın kullanıcıların tür içi rekabette diğer rakiplerine göre arama listelerinde daha üst sıralarda yer alarak daha iyi eşleşmeler elde etmeye çalıştıkları sonucuna varılmıştır. Evrimsel psikoloji bakışı açısı temelinde çekicilik-doğurganlık ilişkisini fertilizasyon zamanıyla ilişkilendiren fotoğrafik çalışmalarda, erkeklerin luteal fazdaki kadınlara ait yüz fotoğraflarını; daha çekici, anaç, flörtöz ve randevu tekliflerini kabul etmeleri açısından daha yakınlaşılabilir bulduklarını ortaya koymuştur (Bobst & Lobmaier, 2012); Ovulasyonu lüteinleştirici hormon düzeyiyle takip eden bir çalışmada, fertilizasyon döneminde kadınların kendi partnerlerini (in-pair) daha çekici algıladıkları bulgusu yanında partnerlerin ve hatta üçüncü partilerin de (extra-pair) kadını çekici bulması verilerinin fizyolojik verilerle uyumlu olduğu gösterilmiş; (Larson, Pillsworth, & Haselton, 2012) ve görsel filtrelerin de bu esasa göre çalıştığı ve böylece doğurganlık özelliğini ön plana çıkardıkları vurgulanmıştır (Araujo, Correa, Silva, Prates, & Meira, 2014; Hendrickse, Arpan, Clayton, & Ridgway, 2017; Kleemans vd., 2018) Erkeklerde ise çevrimiçi flörtün rekabetçi ortamında daha iyi bir hiyerarşik konum kazanmak için kişisel ilgi alanlarını ve varlıklarını vurgulama eğiliminde oldukları, kaynaklarını abartarak daha geniş bir kadın (ya da erkek) havuzuna erişmeye çalıştıkları ortaya konulmuştur (Guadagno, Okdie, & Kruse, 2012) .

Kişi, kendisini pazarlanabilir, nevi şahsına münhasır özellikleri ile diğerlerinden ayırt edilebilir ve şahsi isim-soyadı ya da rumuzu altında tescillenebilir bir ürüne dönüştürebilir. İsmen markalaşma süresince profilinin reklamını yapmayı aynı ya da farklı platformlarda (multiplexing) tercih edebildiği gibi kendine özel bir niteliğe, örneğin mesleği ya da hobilerine vurgu yapan sıfatlar seçebilir hatta nicel bilgileri ile bu sıfatları birleştirebilir. Kişinin markalaşma sürecine örnek olarak 769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanununa tabi olmayan ve tüzel özelliği bulunmayan; tasarım ya da kodlama bilgisine de sahip olmayan içerik üreticilerinin, Instagram'ın hizmet sektörü için sunduğu "profesyoneller için" dashboard'u kişisel amaçlarla kullanması örneği verilebilir. Bireyin kendisini değeri nümerik olarak karşılığa sahip, "mücadele değerine"; topluluğa teknik ve fonksiyonel katkısı ile "kullanım değerine", estetik, imaj ve sembolik durumu ile "bağlantı değerine" sahip bir ürüne dönüştürebilmesi mümkündür (Odabaşı, 2009).

4. Like Getirecek Arkadaşlık, Storyde Kalmaması ve Emojik- Bitmojik Aşk

*"Inside, what a wonderful caricature of intimacy"
"İçeride, yakınlığın ne biçim de bir karikatürü"

Arkadaşlık platformlarının semi-anonimliği ile gelen belirsizliği azaltma stratejilerinden ilkinin kişilerin gerçek isim ve soyadlarını paylaşmak şeklinde gerçekleşen öz-ifşa (self- disclosure) ikincisinin ise referansların validasyonu olduğu ortaya konmuştur (Gibbs, Ellison, & Lai, 2011). Sosyal kabulü sağlamak, güvenilirliği ve bilinirliği arttırmak üzere kişinin gerçek isim ve soyadını markalaştırması da bu stratejilerden sayılabilir, bu amaçla en önemli destekleyici unsurlar gerçek fotoğraflar ve gerçek zamanlı paylaşımlardır. Bu bağlamda takip edilen sayfalar ve geri takip eden gerçek profiller kadar ortak iş ya da paylaşım yapılan sayfalar ("Türk kızlarının Instagram takipçisi kasmak için kullandığı uygulamalar @Cakardika, 2018 " kişiler hatta toplum tarafından çekici, yakışıklı, eğitimli bulunarak, kendi vitrinine prestij katabilecek (Jiménez & Mesoudi, 2019) ya da ikincil bir getirisi olabilecek arkadaşlar (friends with benefits) (Ezeh, 2020), paylaşılan olumlu geri bildirimler, alınmış olumlu yorumlar (comment) ya

da hediyelerin fotoğraflarının paylaşımı gibi sosyal statü unsurları da bu kimliğin bir parçası olur. Beğeni sayısının emsaller arasında hiyerarşik bir statü ve popülerite statüsü olduğuna değinerek, sanal takipçi satın alma davranışları inceleyen yayınlar; (Cezik & Alanka, 2016; Chua & Chang, 2016) bu tutumu "Sosyal medyada takipçi sayısı, ün, kendini gösterme ve beden teşhiri eylemlerinin varoluş çabasına denk şekilde putlaştırılması; ün, beden, güzellik, popülerlik gibi pek çok kavrama tapınma ayinlerinin gerçekleştirilmesi" şeklinde tanımlar.

Horton,'dan (parasosyallık dahil) ödünç alınacak bir başka kavram ise internet toplumuna uyarlanan, olduğundan daha profesyonel, zeki, çevik, hazır cevap, bilgili, sofistike ve fit "görünen" ve trendlerden etkilenmeye açık "internet personası" kavramıdır (Horton & Richard Wohl, 1956). Tıp ve cerrahinin yardımıyla trendlere uygun şekilde #fit görülmek için profesyonel olarak sağlık hizmeti veren ile alanların bir araya geldiği, rekonstrüktif ve estetik cerrahi girişimlerin cirosununun 2020 yılı verilerine göre 9 milyar doları bulduğu (The Aesthetic Society, 2020) bu ortamda birey öncesi/sonrası karşılaştırılabilir, hipomorfik bir modele/veriye dönüşürken; fenotipik açıdan "mükemmel bir bedene sahip" (Dittmar, 2009) öjeni sınıfı yaratılır.

Skopofil olduğu ve kişisel değerini profil maddi değeri ile ölçtüğü iddia edilen "ben nesli"nin (generation me) kendini imgelediği değerler "ilgi çekmek", "ün", "hedonizm", "kendini beğenmişlik" ve "imaj" olarak ortaya konsa da (Rosen, 2016); SM kullanıcıların kendilerine sosyal özellikler (kişilik, zekâ) ve fiziksel özellikleri (ağırlık, boy, vücut imajı) bakımından daha çok takipçileri olması bakımından ünlüler ya da (Eyal, Te'eni-Harari, & Katz, 2020) modellerden ziyade, kendilerine sosyo- kültürel açıdan benzer akrabalarıyla karşılaşmış ve hatta onları sosyal ağlarına dahil etmeye çalıştıkları iddia edilmiş (Kleemans vd., 2018); çevrimiçi medya formlarında güzellik algıları ile ilgili davranışları inceleyen yayınlarda öne çıkan davranışlar olarak; birden fazla özçekim yapılması, yalnızca gurur verici fotoğrafların yayınlaması, kişinin yüzünün ve bedeninin görünümünü geliştirmek için kamera filtreleri kullanması, daha ince görüldüğü fotoğrafları seçmesi ya da ince görünen vücut kısımlarının sunulması sayılmıştır (Mills, Shannon, & Hogue, 2017) (Bulut, 2020). Kim, üniversite öğrencilerinde yaptığı özçekim paylaşımıyla ilgili çalışmada başkalarının özçekimlerine bakmanın beden memnuniyetini azalttığı, özçekim paylaşmanın temelinde yatan motivasyonun aslen eksik olan benlik saygısını arttırmaya ve geçermeye yönelik olduğunu ortaya koymuştur (Kim, 2020). Alapack'a göre dijital flört ve dijital cinsellik, cinselliğin insana özgü tensel, ıslak, gürültülü yapısını terk ederek "okunaklı", "metinsel-fiziki (textually mediated physicality)" ve donanımsal (hard-wired by cables) bir hal alarak "platonik bir erotizme" kaymış, dokunma hissi yerini bildirim sesine, ham seks yerini "seks hakkında konuşmaya",feromon etkileşimi yerini "zihinde canlandırılmış bir imgeye duyulan şehvete" bırakırken, cinsel içerikli bir kısa mesaj yüz yüze gerçekleştirilen bir sohbetten olduğundan daha güçlü fiziksel (titreme, ereksiyon) ve cinsel tepkilerin verilmesine yol açar (Alapack, Flydal Blichfeldt, & Elden, 2005). Bu biliş dışı tepkiler internet jargonunu da etkileyerek, interneti sözlü interaksyonlardan ziyade "daha direkt", tatmin ve fantezilerin paylaşılabilceği norma uygun yeni bir dil olarak "emoji" tabanlı bir diyaloga hazırlar. Ücret biriminin dolar ya da avro işareti ya da güllerle, cinsiyetin ve medeni halin kadın erkek figürleri ile ifade edilebildiği sanal dünyada, utanma, kızarma, sevinme, şaşırma, küçümseme gibi makro ve mikro mimik ifadelerin yanında cinsel arzular da "patlıcan, yağmur damlası, sırtı" gibi (Pinsky, 2019) sembollerle sözsüz ifade şeklinde beden dilinin yerini alırken, mesajlaşma pratiği "konuşma" şeklinde yeniden tanımlanır. Bununla beraber yanlış ifadeler, özensizlikten kaynaklanan imla hataları yazarın düşük düzeyde bilişsel tutarlılığı ve sorumluluk duygusu ile ilişkilendirilerek okuyucu/takipçi algısını olumsuz yönde etkilemektedir (Kaya-Erdem & Gül-Ünlü, 2018).

5. Çevrimiçi Medeni Haller

"Death of a Bachelor" **"Bekarın Ölümü"*

İnternette sadece yakın çevre, iş, sosyal etkinliklerle sınırlı olmadan her kesimden insanlarla tanışmayı kolaylaştırması, gerçek hayatta flörtleşme pratiğinden daha kolay ve ucuz olması, ortak arkadaş ya da ortama bağımlı olmadan tanışmayı sağlaması, sürekli erişilebilirliği ve anonimliği sağlayarak kullanıcının kimlik ifşasını kendi rızasına bırakması, yüz-yüze flörte göre başlatılması ve sonlanma kolaylığının çevrimiçi arkadaşlık platformlarının kullanımını arttırdığı düşünülmektedir. Kullanıcı profili araştırmaları, sosyal insanların daha hızlı çevrimiçi sosyal çevre edindiklerini, buluşma anksiyetesi yaşayan insanların ise daha temassız kalması sonuçları platformların sosyal düzeni taklit etme açısından uyumlu olduğunu göstermektedir (Valkenburg & Peter, 2007). Bununla beraber fazla seçeneğin olmasının kullanıcılara psikolojik bir yük bindirerek kullanıcıların daha olumsuz bir tutum takındıklarını, iletişimi reddetmeye bununla beraber platformda daha fazla vakit geçirerek daha fazla aramaya meylettiklerini ortaya koymakla beraber; bir diğer bulgu da platformda geçirilen süre ile seçilen son partnerle ilgili tatminin ters ilişkili olmasıdır. Bazı çalışmalarda partner seçme metaforu olarak "ilişki sepeti" seçilmiş, hali hazırda ilişkisi olan bireylerin dahi platformlarda aktif kalma oranlarının %15-40 arası değiştiği rapor edilerek bu durum "pazardan ayrılma vaktini kestirememek" olarak metaforlaştırılmıştır (Sharabi & Timmermans, 2020).

İlişkinin başlangıcında ve "birbirini tanıma" aşamasında Facebook'un önemli bir kaynak olduğunu iddia eden yayınlar vardır (Livingstone, 2008). Bu bağlamda sosyal çevre, iş, okul, aile bilgisi ve daha önemlisi medeni durum hakkında bilgi sağlayan Facebook'u Lambert sosyal kaynakların iletişim yoluyla becayiş edilebildiği (Bourdieu'den ödünç bir terimle) "Facebook kapitali" olarak tanımlayarak; özellikle medeni durum bilgisinin, kişinin yakın ilişkiler ve samimiyete sosyal ve mobil açısından bakışını ortaya koyduğunu iddia eder (Lambert, 2016). Lambert ve ark.'na göre temel motivasyon "internette insanlarla etkileşimde bulunmanın kişiyi daha büyük bir topluluğun parçası hissettirmesi ve sosyal sermaye değiş tokuşu açısından köprü kurmaya elverişli hale" getirmesidir. Hayat akışında haber değeri olmayan rutin olayların, paylaşımların "kasıtlı" yapıldığı Facebook üzerinden önemli ve dramatik hale dönüştüğünü ifade eden çalışmada ilişki durumunun güncellenmesinin; evliliği hem duyurmak hem de kutlamak üzere düzenlenen "düğün" pratiği ile aynı değerde algılandığını vurgular. Quiroz ve Mickelson, çalışmasında "ilişki taahhüt sürecinin" tanımlanması gerekliliği üzerinde durulmuş ve ilişkinin başlaması ile tanışılan birincil platform kaydının sonlandırılmasının; ilişki için gerekli en önemli üç unsurdan ("alternatiflerle kıyas") ikisini ("ilişki tatmin" ve "yatırım mahiyetini") karşıladığını iddia etmiştir (Quiroz & Mickelson, 2021).

İlişkinin ilerlemesiyle platform tercihlerinde değişiklik olduğunu savunan Robards ve Lincoln'e göre Facebook, ilişkinin merkezi haline gelirken, kullanıcılar arasındaki bağlantılar, paylaşımlar, hareketliliğin görünür kısmı hatta çiftlerin ilişki durumunu güncelleme ya da saklama eğilimleri "ilişki yönetimi" sunumu olarak modellenebilir ve ilişkiyi tahmin edilebilir bir veriye dönüşür (Robards ve Lincoln, 2016).

6. Dijital Sadakatsizlik ve Aldatma

*"Seçemiyorum; Sevgilim, Fuckbodyim, Crush'ım: Hepsi de benim bebeklerim" ***

Kognitif çalışmalarda beyin tek zamanda tek işi yapabilmeye özelleşmiş yapısı ortaya konulsa da (Gidycz, Orchowski, & Berkowitz, 2011)(Zaidel & Nadal, 2011)(Lin, Kononova, & Chiang, 2020), geleneksel medyanın tek yön ve tek kanallı iletişimden farklı olarak, platformların arka planda başka programlarla beraber çalışabilmesi ve mobilite sağlamalarının dual algıyı (ya bu/ ya o) multitasking (çoklu görev/hem o hem bu) algıya dönüştürmesinin ve aşk, cinselliğe kolay erişilebilirliğin partner sadakatini etkilediğini iddia eden yayınlar sıklıktaadır (Anderson vd, 2012).

Sadakatsizlik iki kişi arasında üzerinde anlaşmaya varılan güvenin ihlali olarak tanımlansa da ilişkiye dahil edilen üçüncü bir kişiyle; uzun süreli aşk ilişkisi, tek gecelik cinsel ilişki; duygusal yakınlığa dayalı ilişki, benlik saygısını arttırmaya yönelik flörtler ya da partnere yalan söyleme hareketlerinin aldatma sayılıp sayılmayacağı konusunda fikir birliği olmadığı gibi, tanım, eşlerin her ikisinin mi yoksa yalnızca birinin mi aldattığı, aldatmanın cinsellikle mi duygusallıkla mı ilişkili olduğu, aldatmanın gizli olup olmadığı gibi farklı değişkenlerden de etkilenmektedir.

Bununla birlikte genel itibari ile aldatma; duygusal, cinsel, hem duygusal hem cinsel ve anonim (tek defalık) aldatma şeklinde dört tiptir. Yeniçeri ve Kökdemir (2006) aldatmaya zemin hazırlayan faktörleri inceledikleri çalışmalarında; suçlama, sosyal yapı, baştan çıkarma, cinsellik, intikam ve uyararı arayışı kavramlarını ortaya koymuşlar; cinsiyet tutum farklılığını inceleyen bir meta analizde, erkelerin, daha çok cinsel partnere ve daha müsamahakar cinsel tutuma sahip oldukları (Petersen & Hyde, 2010), zevk veren fiziksel bir eylem olarak sekse daha fazla değer verdikleri (Abramova et al., 2016); sevgiye karşı "oyun-oyunama" tutumunu benimseme olasılıklarının daha yüksek olduğu, kadınların ise uzun vadeli, daha özel ilişkileri tercih etmek şeklinde "pragmatik" tutum benimseme olasılıklarının yüksek olduğu iddia edilmiştir. Kadınların aldatma nedenlerininse daha çok duygusal olarak ihmal edildiklerini düşünmeleri, kendilerine güvenlerini artırma istekleri, heyecan arayışı, cinsel tatminsizlik yaşamaları, partner veya eşlerinden daha iyi maddi bir statüye sahip olan biri ile olma arzuları olarak bildirilmiştir (Alaçam, 2020).

Genç ve yetişkinlerle yapılan çalışmalarda; Twitter ve Facebook gibi sosyal SM kullanımının romantik ilişkilere zarar verdiği, bireyler arasında aldatmaya eğilimli olanların daha çok SM kullanmayı tercih ettikleri, (Clayton, Nagurney ve Smith, 2013; Russell ve Clayton, 2014); bir başka çalışmada SM kullanımının evliliklerde boşanma ve ilişkilerde aldatmayla korelasyon gösterdiği (Saleh ve Mukhtar, 2015); başka bir çalışmada Facebook kullanan erkeklerin kadınlara göre daha fazla aldatma davranışında buldukları Stetzer, (2014) ergenlerde; (Schneider vd. 2012; Tsikerdekis & Zeadally, 2014) ve hatta evli ya da birlikte yaşayan bireylerle SM kullananların daha yüksek oranda aldatma davranışında buldukları gösterilmiştir. (Brandon, Michelle ve Cravens, 2017).

Treas ve Giesen (2000), erkeklerde cinsel yoğun ilginin, aldatma davranışına yatkınlıkla ilişkili olabileceğini iddia etmiş, ancak McIntyre ve ark. (2015), güçlü cinsel arzunun sadece düşük öz kontrolü olan bireyler için aldatma davranışında bulunmaya sebep olduğunu, artan porno ve alkol bağımlılığının aldatma davranışı için bir gösterge olabileceğini, dini vecibeleri yerine getirme ve inançlılıktan ise bağımsız bir parametre olduğunu ortaya koymuştur.

Sadakatsizliğin olası sebeplerini inceleyen bir araştırma: bir saniyeden daha kısa süren ek bir tıklamanın (bir fotoğrafı "beğenmek", bir arkadaşlık isteğini kabul etmek, bir ifadeyi retweetlemek), kişinin bu şekilde istese de istemese de daha büyük bir iletişim

başlatabileceğini ya da bu iletişime dahil olabileceği üzerinde durmaktadır. Aldatılan bireylerin ilk tepkileri "aldatılmaya/kandırılmışlık hislerine eşlik eden öfke", sonrasında çiftler arasındaki özel bağların tek taraflı sabote edilmesiyle yaşanan "hayal kırıklığı" ve son olarak "kendinden şüpheye düşme" olarak tanımlanır (Buunk, 1995).

Fitzgibbons ve ark. (2004), affetmenin tam anlamıyla gerçekleşmesi için kişinin öfke ve intikam duygularının dinmiş olması yeterli olmaz; aynı zamanda aldatılan kişinin partnerine hissettiği olumsuz duyguların yeniden olumlu duygularla yer değiştirmesi gerektiğini savunur (Fitzgibbons et.al., 2004). Oysa SM'daki dijital izler, ortadan kaldırılmadıkları sürece negatif duygu durumunu sürekli tekrarlayarak iyileşmeyi engellemektedir.

7. İnternet Draması : #Etiketleme Şiddeti ve Kıskançlık

"Don't Threaten Me With A Good Time"
**"Beni İyi Zamanlarımızla Tehdit Etme"*

"İnternet draması: dikkat çekmek adına kışkırtıcı davranışlar, ayrılıklar, barışmalar, kıskançlık, yermeler, çeşitli agresif ya da pasif agresif interaksyonların arkadaş, dost ya da dost-hasımlar (frenemy) gibi bir izleyici kitlesinin önünde gerçekleşen performansa dayalı, kişilerarası çatışma" olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcılar kadar takipçilerin tepkileri de (veya tepkisizlikleri) önem kazanarak; örneğin, insanların bir gönderiyi "beğenip beğenmemesi" veya yorum yapıp yapmaması veya Facebook'ta bir etkinlik davetini kabul etmesine yüklenen anlamı arttırması sayılabileceği iddia edilmiştir.

Görünürlüğün gerçek ile sınırlarının kalkması, manipülasyonun sadece görüntü temelli değil, duygu temelli de gerçekleştirilebilmesi, fantezi ve gerçeğin iç içe geçmesi, insanların kendileriyle ilgili bilgiler üzerinde daha az kontrole sahip olması, gizlilik ayarlarına ve etiketleme işlevlerine sınır koyulabilmesine rağmen, insanların çevrimiçi bir fotoğrafta olduklarının farkında olmamaları veya izinleri olmadan haklarında yorum yapılabilir olmasındaki kontrol eksikliği, içeriğin paylaşıldığı anın bağlamından farklı aktarılmasına (dezenformasyon) ve farklı algılanmasına (misinformasyon); ikili fotoğrafların daha sonra yakınlığın bir göstergesi olarak "biz" gibi zamirlerin resimsel karşılığı olarak aşık bireylerin kendilerine topluca atıfta bulunabilirliğine, nihai olarak "internet dramasına" yol açabileceği iddia edilmiştir (Schmitt & Buss, 2001).

Kafeslemek (poaching): hâlihazırda ilişkide olan bir partnerin peşinden seksüel açıdan koşmak davranışıyla ilgili çalışmalar cinsiyetten bağımsız katılımcıların %85'inin uzun süreli bir ilişki ya da kısa süreli bir cinsel deneyim için teklif aldıklarını bildirmişlerdir. Aldatmaya tutum-SM ilişkisi çerçevesinde ex-partner tutumu, sosyal çevre desteği, ayrılık sebebi, sevgi ve seksüel tutum faktörlerini beraber inceleyen 2020 tarihli bir araştırmada erkeklerin, çok sayıda partner arayışında olmaları ve sevgiye oyun temelli yönelimlerinden dolayı, eski partnerleriyle cinsel yakınlık kapısını tamamen kapatmak istememelerinin mümkün olduğu; ex-partnerlerinin genel tutumu dahilinde; sosyal medyada ex-sevgilerini kadınlara göre (6%) üç kat daha fazla arattıkları (%16,7) ve ex-sevgilileri ile iletişimde kalmaya (%68) daha yatkın oldukları bulunmuştur (Athenstaedt vd., 2020). Rusbult ve Maltz, 'hırpalanmış' kadınlar üzerine yaptıkları çalışmada ise, kadınların ilişkiye tek taraflı yatırım yapmaları ve çekici alternatifleri olmadığını düşündüklerinde durumda eski partnerlerine dönme olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuştur (Sharabi & Timmermans, 2020). Aldatma meylinin SM'deki potansiyel alternatiflerin çokluğu ile ilişkisini inceleyen bir çalışmada çiftlere "Bekar olduğunuzu hayal ettiğiniz/ Şu anki durumunuzda Facebook arkadaşlarından cinsel/duygusal birliktelik yaşayabileceklerinizin sayısı", "cinsel/ duygusal bir ilişki başlatmak

amacıyla kaç kişiye arkadaşlık istediği gönderdiniz/ aldınız" "partnerinizin tanımadığınız kişileri eklemesine/sizi kısıtlamasına üzülür müsünüz?" sorularına yanıt olarak bulgulara göre Facebook kıskançlık skorunun kadınlarda daha fazla olduğu, ilişkisi olan çiftlerde cinsiyetten bağımsız yeni arkadaş isteği gönderme ve kabul etme oranının düştüğü; birliktelik yaşanabilir arkadaş sayısını fazla bildiren bireylerin partnerlerinde kıskançlığın arttığı ve sadakat tutarlılığının Facebook aktivitesi ile ölçülebileceği sonucu çıkmıştır (Drouin, Miller, & Dibble, 2014).

Ayrıca sosyal ağ siteleri, kurbanlarını aşağılamak, gözden düşürmek, manipüle, tehdit veya taciz etme konusunda kurbanın yakın çevresi, arkadaşları ve ailesinin de içinde olduğu çevrimiçi bir toplulukta fırsat sunar (Burke, Wallen, Vail-Smith, & Knox, 2011).

Aldatılan bireylerdeki dijital izlerden etkilenmeye benzer bir başka durum "exler" için de geçerlidir. Lancaster'a göre, biten ilişkiler yeni ilişkileri etkileme potansiyeline sahip olup; yeni partnerin romantik ve cinsel geçmişine duyulan olumsuz tepkiler, güncel partnerlerde kontrol etme davranışı tetikleyebilir (Grimani, Gavine, & Moncur, 2020).

Sonuç- Tartışma

Uygulamaların, kullanıcıyı daha çok reklama maruz bırakmak için platformlarda tutması kaçınılmazdır. Bu sebeple var olan potansiyel eşleşmeleri hangi sıklıkla ve hangi şartlarda (hangi reklamlardan sonra, hangi saat sırada) gösterdiği ise kullanıcı sözleşmelerinde açık değildir. Bu durum kullanıcıların duygusal şartlanmalarına ya da manipüle edilmelerine zemin hazırlar. Belli bir platformu seçmesi ile manipülasyonu kullanıcı onayı ile kabul ettiği varsayılan kullanıcılardan alınan **Ouroboros** örneklerinin gündelik hayat, ilişkiler açısından yorumlanmalarının biaslı olduğu "gözden" kaçmamalıdır.

İlişkinin yakın çevreye takdimi ve onayına dair geleneklerin yerini Facebook ilişki durumlarına/ Instagram profillerine bırakmış gibidir. Bu durum "gelinlerin tatlı görgüzlüğü" yerine "ilişkideki bireylerin psikolojik durumları" şeklinde tekrardan incelenmeyi gerektirir. Facebook/ Instagram kıskançlık anketlerinden veri madenciliği (mining) yoluyla edilen sonuçların hemen hemen hepsi "ilişki doyumu" skorlamasıyla ilişkide bir tarafın istatistikisi olarak "özgüvensiz" olduğu bulgusuyla pekiştirilmiştir. Sonuca sebep olan etkiler, karıştırıcılar, bağlanma tipleri" ve patofizyolojik süreç ise çoğu çalışmada es geçilmekte; maktul-fail prototipine tek tip bakış açısı sunmaktadır. İlişkinin manipülatif dinamikleri, aldatmaya ya da kıskandırmaya dair algı, ikili ilişkideki üçüncü partilerin direkt ya da dolaylı faaliyetlerinin de aynı "ilişki doyum ve özgüven" skorlaması/ bağlanma teorileri ile incelenmesi ve ilişki üzerindeki potansiyel etkinliğinin ilişki açısından "**görünümünün de**" hesaba katılması gerekir. Facebook şirketinin adını Meta olarak değiştirerek Metaverse evrenini tanıtmalarıyla, gizlilik ve anonimlik başta olmak üzere internette olabilecek düzenlemeler de tartışmaya açılmıştır. İnternet düzenlenmesinin tartışmaya açılmasıyla internet davranış kalıplarının toplumda henüz yerleşmeden düzenlenmesi gerekiyorsa (netiquette gibi), bu düzenlemeyi kimin, hangi ulvi amaçla yapacağına öncelikle karar verilmelidir.

* İşaretili alt başlıklar: Panic! At the Disco şarkı sözlerinden alıntıdır.

** Eti Goa- Popkek reklamından esinlenilmiştir.

KAYNAKÇA

- ABRAMOVA, O., BAUMANN, A., KRASNOVA, H., & BUXMANN, P. (2016). Gender Differences in Online Dating: What Do We Know So Far? A Systematic Literature Review. In *2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)* (Vol. 2016-March, pp. 3858-3867). IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.481>
- AÇIKALIN, N. (2013). Fuhuş Pazarında Sermaye Olmak: Mersin Örneği. *Çalışma ve Toplum*, 3, 243-282.
- ALAPACK, R., FLYDAL BLICHFELDT, M., & ELDEN, A. (2005). Flirting on the Internet and the hickey: A hermeneutic. *Cyberpsychology and Behavior*, 8(1), 52-61. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.52>
- ANDERSON et al, R. C. (2012). For Love or Money? The Influence of Personal Resources and Environmental Resource Pressures on Human Mate Preferences. <https://doi.org/10.1111/j.1439-0310.2012.02077.x>
- ARAUJO, C. S., CORREA, L. P. D., SILVA, A. P. C. DA, PRATES, R. O., & MEIRA, W. (2014). It is not just a picture: Revealing some user practices in instagram. In *Proceedings - 9th Latin American Web Congress, LA-WEB 2014* (pp. 19-23). Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. <https://doi.org/10.1109/LAWeb.2014.12>
- ATHENSTAEDT, U., BROHMER, H., SIMPSON, J. A., MÜLLER, S., SCHINDLING, N., BACIK, A., & VAN LANGE, P. A. M. (2020). Men View Their Ex-Partners More Favorably Than Women Do. *Social Psychological and Personality Science*, 11(4), 483-491. <https://doi.org/10.1177/1948550619876633>
- AYDOĞAN, B. (2021). Konum Temelli Çevrimiçi Tanışma Uygulamalarını Kadınların Flört Deneyimleri Açısından Düşünmek: Tinder Ve Happn. *Moment Journal*, 7(2), 287-313. <https://doi.org/10.17572/mj2020.2.287313>
- BANKHEAD, R., BOULLATA, J., BRANTLEY, S., CORKINS, M., GUENTER, P., KRENITSKY, J., ... WESSEL, J. (2009). Enteral nutrition practice recommendations. *Journal of Parenteral and Enteral Nutrition*, 33(2), 122-167. <https://doi.org/10.1177/0148607108330314>
- BAUMEISTER, R. F. (2002). Ego Depletion and Self-Control Failure: An Energy Model of the Self's Executive Function. *Self and Identity*, 1(2), 129-136. <https://doi.org/10.1080/152988602317319302>
- BEISSWANGER, A. H., STONE, E. R., HUPP, J. M., & ALLGAIER, L. (2003). Risk taking in relationships: Differences in deciding for oneself versus for a friend. *Basic and Applied Social Psychology*, 25(2), 121-135. https://doi.org/10.1207/S15324834BASP2502_3
- BOBST, C., & LOBMAIER, J. S. (2012). Men's preference for the ovulating female is triggered by subtle face shape differences. *Hormones and Behavior*, 62(4), 413-417. <https://doi.org/10.1016/j.yhbeh.2012.07.008>
- BOGDANOV, P., BUSCH, M., MOEHLIS, J., SINGH, A. K., & SZYMANSKI, B. K. (2013). The social media genome: Modeling individual topic-specific behavior in social media. In *Proceedings of the 2013 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2013* (pp. 236-242). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2492517.2492621>
- BOHNER, G., SIEBLER, F., & SCHMELCHER, J. (2006). Social norms and the likelihood of raping: Perceived rape myth acceptance of others affects men's rape proclivity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(3), 286-297. <https://doi.org/10.1177/0146167205280912>
- BRIDGES, A. J. (2019). Pornography and sexual assault. In *Handbook of Sexual Assault and Sexual Assault Prevention* (pp. 129-149). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-23645-8_8

BULUT, S. (2020). Güzellik ve Sağlık Endüstrileşmesi Ve Ticarileştirici Söylemlerin Sosyal Medyada İnşası: Instagram Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1-27.

BURKE, S. C., WALLEN, M., VAIL-SMITH, K., & KNOX, D. (2011). Using technology to control intimate partners: An exploratory study of college undergraduates. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1162-1167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.12.010>

BÜYÜKŞENER, E. (2009). Türkiye'de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, 19-23. Retrieved from <https://www.seokursu.com.tr/turkiyede-sosyal-aglarin-yeri.pdf>

CALVERT, J. D., MOORE, D. W., & JENSEN, B. J. (1987). Psychometric evaluation of the dating anxiety survey: A self-report questionnaire for the assessment of dating anxiety in males and females. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 9(3), 341-350. <https://doi.org/10.1007/BF00964562>

CASTELLS, M. (2004). The Network Society: A cross-cultural perspective. In *The Network Society* (p. 233).

CASTRO, Á., & BARRADA, J. R. (2020). Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 1-25. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>

CEZİK, A., & ALANKA, Ö. (2016). Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme. *TRT Akademi*, 1(2), 548-569. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/trta/issue/23620/252167>

CHOU, W. Y. S., HUNT, Y. M., BECKJORD, E. B., MOSER, R. P., & HESSE, B. W. (2009). Social media use in the United States: Implications for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 11(4). <https://doi.org/10.2196/jmir.1249>

CHUA, T. H. H., & CHANG, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>

CONNELLY, L., KAMERÁDE, D., & SANDERS, T. (2018). Violent and Nonviolent Crimes Against Sex Workers: The Influence of the Sex Market on Reporting Practices in the United Kingdom. *Journal of Interpersonal Violence*. <https://doi.org/10.1177/0886260518780782>

DEL RÍO, E. F., RAMOS-VILLAGRASA, P. J., CASTRO, Á., & BARRADA, J. R. (2019). Sociosexuality and bright and dark personality: The prediction of behavior, attitude, and desire to engage in casual sex. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(15). <https://doi.org/10.3390/ijerph16152731>

DITTMAR, H. (2009). How do "body perfect" ideals in the media have a negative impact on body image and behaviors? Factors and processes related to self and identity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(1), 1-8. <https://doi.org/10.1521/jscp.2009.28.1.1>

DROUIN, M., MILLER, D. A., & DIBBLE, J. L. (2014). Ignore your partners' current Facebook friends; Beware the ones they add! *Computers in Human Behavior*, 35, 483-488. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.032>

DURÁN, M., MEGÍAS, J. L., & MOYA, M. (2018). Male Peer Support to Hostile Sexist Attitudes Influences Rape Proclivity. *Journal of Interpersonal Violence*, 33(14), 2180-2196. <https://doi.org/10.1177/0886260515624212>

Eksisözlük. (2011). cumartesi gecesi evde oturan ezik ve yalnız insan. Retrieved April 17, 2021, from <https://eksisozluk.com/cumartesi-gecesi-evde-oturan-ezik-ve-yalniz-insan--2704109>

ENOMOTO, C., NOOR, S., & WIDNER, B. (2017). Is social media to blame for the sharp rise in STDs? *Social Sciences*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/socsci6030078>

EYAL, K., TE'ENI-HARARI, T., & KATZ, K. (2020). A content analysis of teen-favored celebrities' posts on social networking sites: Implications for teen fame-valuation. *Cyberpsychology*, 14(2). <https://doi.org/10.5817/CP2020-2-7>

EZEH, C. (2020). *Friends with Benefits: Friendship, Intimacy, Sex - Chinenye Ezeh - Google Kitaplar*. Retrieved from <https://books.google.com.tr/books?id=JyAGEAAAQBAJ&printsec=copyright&hl=tr#v=onepage&q&f=false>

FERGUSON, C. J., & HARTLEY, R. D. (2020, July 21). Pornography and Sexual Aggression: Can Meta-Analysis Find a Link? *Trauma, Violence, and Abuse*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1524838020942754>

FROHNHOLZER, M. (2021). *Tinder Tourism- Exploring the Role of Tinder in Solo Female Travel: An Affordance-and Motivation-based Approach* *Tinder Tourism-Exploring the Role of Tinder in Solo Female Travel: An Affordance-and Motivation-based Approach* *Tourism Marketing and Management*. University of Eastern Finland Faculty of Social Sciences and Business.

GABE HATCH, S., ESPLIN, C. R., AARON, S. C., DOWDLE, K. K., FINCHAM, F. D., DORIAN HATCH, H., & BRAITHWAITE, S. R. (2021, December 10). Does pornography consumption lead to intimate partner violence perpetration? Little evidence for temporal precedence. *Canadian Journal of Human Sexuality*. University of Toronto Press. <https://doi.org/10.3138/CJHS.2019-0065>

GIBBS, J. L., ELLISON, N. B., & LAI, C. H. (2011). First comes love, then comes google: An investigation of uncertainty reduction strategies and self-disclosure in online dating. *Communication Research*, 38(1), 70–100. <https://doi.org/10.1177/0093650210377091>

GIDYCH, C. A., ORCHOWSKI, L. M., & BERKOWITZ, A. D. (2011). Preventing sexual aggression among college men: An evaluation of a social norms and bystander intervention program. *Violence Against Women*, 17(6), 720–742. <https://doi.org/10.1177/10778012111409727>

GLEASURE, R. (2020). Circadian rhythms and social media information-sharing. In *Lecture Notes in Information Systems and Organisation* (Vol. 32, pp. 1–11). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-28144-1_1

GRIMANI, A., GAVINE, A., & MONCUR, W. (2020). An Evidence Synthesis of Covert Online Strategies Regarding Intimate Partner Violence. *Trauma, Violence & Abuse*, 1524838020957985. <https://doi.org/10.1177/1524838020957985>

GUADAGNO, R. E., OKDIE, B. M., & KRUSE, S. A. (2012). Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 642–647. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.010>

GUGGISBERG, M. (2020, July 1). Sexually explicit video games and online pornography – The promotion of sexual violence: A critical commentary. *Aggression and Violent Behavior*. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2020.101432>

GÜREL, E. (2012). *SİBER- ÂLEMDE KİMLİK, CİNSELLİK VE HOMONORMATİF İZLER*. Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/51099754.pdf>

HANCOCK, J. T., TOMA, C., & ELLISON, N. (2007). The truth about lying in online dating profiles. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings* (pp. 449–452). <https://doi.org/10.1145/1240624.1240697>

HAYDARI PAKKAN, N., BALSOY, G., & TUĞ ONARAN, B. (2021). Özel Dosya: Toplumsal Cinsiyet ve Şiddet. *Istanbul Bilgi University*, 2(2), 5–9. <https://doi.org/10.47613/reflektif.2021.11>

HE, R., & ZHENG, T. (2013). Estimation of exponential random graph models for large social networks via graph limits. In *Proceedings of the 2013 IEEE/ACM*

International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2013 (pp. 248–255). Association for Computing Machinery.

<https://doi.org/10.1145/2492517.2492523>

HENDRICKSE, J., ARPAN, L. M., CLAYTON, R. B., & RIDGWAY, J. L. (2017).

Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027>

HJARVARD, S. (2013). The mediatization of culture and society. *The Mediatization of Culture and Society*, 1–182. <https://doi.org/10.4324/9780203155363>

HORTON, D., & RICHARD WOHL, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.

<https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>

JIMÉNEZ, Á. V., & MESOUDI, A. (2019). Prestige-biased social learning: current evidence and outstanding questions. *Palgrave Communications*, 5(1), 1–12.

<https://doi.org/10.1057/s41599-019-0228-7>

KAPLAN, A. M., & HAENLEIN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

KAYA-ERDEM, B., & GÜL-ÜNLÜ, D. (2018). Dijital İletişim Ortamlarındaki Yazım Yanlışlarının Okuyucular Tarafından Değerlendirilme Biçimleri Üzerine Bir İnceleme, 9(17), 250–265.

KAYA, M., KAWASH, J., KHOURY, S., & DAY, M.-Y. (2018). *Social Network Based Big Data Analysis and Applications*. Retrieved from

[http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=1809424%0Ahttp://files/302/Kaya i in. - 2018 - Social Network Based Big Data Analysis and Applica.pdf](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=1809424%0Ahttp://files/302/Kaya%20in%20-2018%20Social%20Network%20Based%20Big%20Data%20Analysis%20and%20Applica.pdf)

KEMP, S. (2020). DataReportal – Global Digital Insights 2021. Retrieved April 13, 2021, from <https://datareportal.com/reports/?tag=Southern+Africa>

KIM, M. (2020). Instagram selfie-posting and young women's body dissatisfaction: Investigating the role of self-esteem and need for popularity. *Cyberpsychology*, 14(4), 1–15. <https://doi.org/10.5817/CP2020-4-4>

KLEEMANS, M., DAALMANS, S., CARBAAT, I., & ANSCHÜTZ, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93–110.

<https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>

KOÇAK, G. (2013). Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi : Eskişehir’de bir uygulama. Retrieved from

<https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/handle/11421/7865>

LAMBERT, A. (2016). Intimacy and social capital on Facebook: Beyond the psychological perspective. *New Media and Society*, 18(11), 2559–2575.

<https://doi.org/10.1177/1461444815588902>

LARSON, C. M., PILLSWORTH, E. G., & HASELTON, M. G. (2012). Ovulatory Shifts in Women's Attractions to Primary Partners and Other Men: Further Evidence of the Importance of Primary Partner Sexual Attractiveness. *PLoS ONE*, 7(9).

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0044456>

LIN, T. T. C., KONONOVA, A., & CHIANG, Y. H. (2020). Screen Addiction and Media Multitasking among American and Taiwanese Users. *Journal of Computer Information Systems*, 60(6), 583–592. <https://doi.org/10.1080/08874417.2018.1556133>

LIVINGSTONE, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New*

- Media and Society*, 10(3), 393–411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- LYKENS, J., PILLOTON, M., SILVA, C., SCHLAMM, E., WILBURN, K., & PENCE, E. (2019). Google for Sexual Relationships: Mixed-Methods Study on Digital Flirting and Online Dating Among Adolescent Youth and Young Adults. *JMIR public health and surveillance*, 5(2), e10695. <https://doi.org/10.2196/10695>
- MASCIANTONIO, A., & BOURGUIGNON, D. (2020). Motivation scale for using Social Network Sites: comparative study between Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat and LinkedIn. <https://doi.org/10.31219/osf.io/rszx6>
- MILLS, J. S., SHANNON, A., & HOGUE, J. (2017). Beauty, Body Image, and the Media. In *Perception of Beauty*. InTech. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68944>
- ODABAŞI, Y. (2009). *Postmodern Pazarlama*. (Kağan Demirgöl, Ed.) (2009th ed.). İstanbul: MediaCat. Retrieved from https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:g2ayW1s0Eg8J:https://turuz.com/storage/her_konu-2018/3028-Postmodern_Bazarlama-Yavuz_Odabashi-2004-213s.pdf+&cd=1&hl=tr&ct=clnk&gl=tr
- ÖZBAY, C. (2010). Neoliberalizm ve Erkekliğin Halleri. In *Yeni Sol, Yeni Sag* (pp. 101–132).
- ÖZBAY, C. (2015). "Straight" rent boys and gays who sell sex in Istanbul. In P. Aggleton & R. G. (Richard G. Parker (Eds.), *Men Who Sell Sex: Global Perspectives* (1st Editio, pp. 54–67). Oxon: Routledge. Retrieved from https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=_FdWBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA54&dq=eskort+seks+işçisi&ots=8Y12m8_HW5&sig=ovC34udrHJKFuVUcPrx0yHPiBPc&redir_esc=y#v=onepage&q=eskort seks işçisi&f=false
- PETERSEN, J. L., & HYDE, J. S. (2010). A Meta-Analytic Review of Research on Gender Differences in Sexuality, 1993–2007. *Psychological Bulletin*, 136(1), 21–38. <https://doi.org/10.1037/a0017504>
- PIGNATIELLO, G. A., MARTIN, R. J., & HICKMAN, R. L. (2020, January 1). Decision fatigue: A conceptual analysis. *Journal of Health Psychology*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.1177/1359105318763510>
- PINSKY, D. (2019). Doing gender online through flirtation« Faire le genre » sur Internet par le biais de la séduction. Interactions intimes en ligne parmi des étudiants d'université. *RESET*, (8). <https://doi.org/10.4000/reset.1303>
- POLMAN, E., & VOHS, K. D. (2016). Decision fatigue, choosing for others, and self-construal. *Social Psychological and Personality Science*, 7(5), 471–478. <https://doi.org/10.1177/1948550616639648>
- PRATAMA, B. Y., & SARNO, R. (2016). Personality classification based on Twitter text using Naive Bayes, KNN and SVM. In *Proceedings of 2015 International Conference on Data and Software Engineering, ICODSE 2015* (pp. 170–174). Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. <https://doi.org/10.1109/ICODSE.2015.7436992>
- QUIROZ, S. I., & MICKELSON, K. D. (2021). Are online behaviors damaging our in-person connections? Passive versus active social media use on romantic relationships. *Cyberpsychology*, 15(1), 1–20. <https://doi.org/10.5817/CP2021-1-1>
- RHODES et al., G. (2005). Attractiveness and sexual behavior: Does attractiveness enhance mating success? *Evolution and Human Behavior*, 26(2), 186–201. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2004.08.014>
- RIEDER, B. (2017). Scrutinizing an algorithmic technique: the Bayes classifier as interested reading of reality. *Information Communication and Society*, 20(1), 100–117. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1181195>
- ROSEN, J. (2016). Examining Preadolescent Television Programming and the Rise of Generation Me. *Elon Journal of Undergraduate Research in ...* Retrieved from <http://www.inquiriesjournal.com/articles/1476/examining-preadolescent-television->

programming-and-the-rise-of-generation-me

SANDERS, T., SCOLAR, J., CAMPBELL, R., PITCHER, J., CUNNINGHAM, S., SANDERS, T., ... CUNNINGHAM, S. (2018a). Characteristics and Working Practices of Online Sex Workers. In *Internet Sex Work* (pp. 55–85). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65630-4_3

SANDERS, T., SCOLAR, J., CAMPBELL, R., PITCHER, J., CUNNINGHAM, S., SANDERS, T., ... CUNNINGHAM, S. (2018b). The Digital Sexual Commerce Landscape. In *Internet Sex Work* (pp. 23–53). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65630-4_2

SCHMITT, D. P., & BUSS, D. M. (2001). Human mate poaching: Tactics and temptations for infiltrating existing mateships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(6), 894–917. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.6.894>

SHARABI, L. L., & TIMMERMANS, E. (2020). Why settle when there are plenty of fish in the sea? Rusbult's investment model applied to online dating. *New Media and Society*, 146144482093766. <https://doi.org/10.1177/1461444820937660>

SLATER, D. (1998). Trading sexpics on IRC: Embodiment and authenticity on the internet. *Body and Society*, 4(4), 91–117. <https://doi.org/10.1177/1357034X98004004005>

SUMTER, S. R., VANDENBOSCH, L., & LIGTENBERG, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>

TAKAHASHI, T. (2002). *Media, Audience Activity and Everyday Life The Case of Japanese Engagement with Media and ICT*.

TANKOVSKA, H. (2021). Most used social media 2020. Retrieved April 13, 2021, from <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

TAPAN, A. (2019). Postmodern Romantik İlişkiler ve Reklam: Tinder Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Haziran*(31), 32–59. <https://doi.org/10.31123/akil.533225>

The Aesthetic Society. (2020). *Statistics 2020: Aesthetic Plastic Surgery National Databank*. Retrieved from https://www.manganese.org/wp-content/uploads/2019/05/IMnI_Statistics_2020.pdf

The Aesthetic Society Releases Annual Statistics Revealing Americans Spent Over \$9 Billion On Aesthetic Plastic Surgery In 2020. (n.d.). Retrieved April 21, 2021, from <https://www.prnewswire.com/news-releases/the-aesthetic-society-releases-annual-statistics-revealing-americans-spent-over-9-billion-on-aesthetic-plastic-surgery-in-2020-301258033.html>

TYSON, G., PERTA, V. C., HADDADI, H., & SETO, M. C. (2016). A first look at user activity on tinder. In *2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)* (pp. 461–466). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ASONAM.2016.7752275>

ÜÇGÜL, D. (2015). *Fuhuş, Seks İşçiliği ve Fuhuş Yüzünden Bulaşan Zührevi Hastalıklarla Mücadelenin Hukuki Boyutu. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı*.

VALKENBURG, P. M., & PETER, J. (2007). Who visits online dating sites? Exploring some characteristics of online daters. *Cyberpsychology and Behavior*, 10(6), 849–852. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9941>

ZAIDEL, D. W., & NADAL, M. (2011). Brain intersections of aesthetics and morals: Perspectives from biology, neuroscience, and evolution. *Perspectives in Biology and Medicine*, 54(3), 367–380. <https://doi.org/10.1353/pbm.2011.0032>

Summary

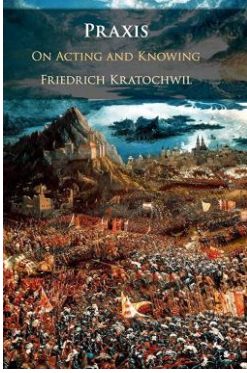
In the modern world for dating and matching applications it is typical to keep the user on platforms to show them more advertisements. Yet, it is not clearly stated in the user agreements how often and under what conditions (after which advertisements, in which time order) the existing potential matches are displayed. This practice paves the way for the emotional conditioning or manipulation of users. It should not be overlooked that the interpretation of "Ouroboros samples" taken from users who had been assumed to have the manipulation accepted by choosing a certain platform and providing the user consent; thus produce biased results in terms of habits and relationships. In modern societies; the rituals of presenting and confirming the relationship to close circles have been replaced by Facebook relationship statuses & Instagram profiles. This situation requires a re-examination in terms of "the psychological states of the individuals in the relationship" instead of "crazy girl/boyfriend attitude".

Almost all of the "mining" data results from Facebook & Instagram revealed jealousy surveys were reinforced by the finding that one party was statistically "insecure" in the relationship with a low "relationship satisfaction" scoring. Effects leading to this outcome, confounders, attachment types, and the pathophysiological processes that lead to these low scores are overlooked in most studies, blurring the lines of victim-offender overlap. The manipulative dynamics of the relationship, the perception of cheating, the direct or indirect activities of third parties from close circles in bilateral relationship should also be examined with the same "relationship satisfaction and self-confidence" scoring/attachment theories, as well as the "perception" of its potential effect on the relationship.

Also, if any type of regulations or some behavior patterns such as netiquettes is needed to be regulated before they fully settle in the society it should also be decided who will make this regulation and for what higher purpose.

BOOK REVIEW – 1

Prep. By: Ertuğrul GÖKÇEKUYU*



WHAT is CONSTRUCTIVISM ACCORDING to FREDERICH KRATOCHWIL?

Author: Friedrich KRATOCHWIL

Praxis:

On Acting and Knowing

Cambridge University Press, 2018, 552 p.

ISBN: 978-1-108-47125-1

Abstract

As a scholarly book, *Praxis* has an extensively long narrative. Yet, this lengthy narrative has a strong gravitational pull. It does not leave the reader with centuries old abstract jargons and ideas but takes the time to elaborate what the author means by these concepts. Kratochwil is one of the first well-known constructivists who linked International Relations to the concept of Constructivism. If there was a central question in the book, the intention must be to work out an answer to the question "what is Constructivism?" To achieve this Kratochwil time and again displays the habit to descend from a highly abstract narrative to an intellectual frame that is extensive yet eloquently put. He does not mind to compare his work to a composer who is about to compose his masterpiece, or a painter who paints his masterpiece. He does this in an allegoric fashion and enjoys to let the reader know that this book should be read from top to bottom if one wishes to make sense out of it. *PRAXIS* is a scholarly book that addresses theoretical as well as practical questions using rather impenetrable philosophical texts such as Kant, Bentham, Foucault, Hume and Aristotle. Kratochwil does indeed write masterfully with a witty undertone that time and again sneers realists and caters the reader some entertainment (Reus-Smit, 2019, p. 178).

Keywords: Constructivism, Friedrich Kratochwil, Norms, Meaning, Reasoning

As with other constructivists *Praxis* too is about social life. For the scholars amongst us, the word *Praxis* is obviously borrowed from Aristotle with reason as the word means "action". For most of the initial chapters Kratochwil is occupied with the setting up of his workbench. He introduces and rearranges all of the conceptual tools,

* Asst. Prof. Dr., Anadolu University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and Public Administration, Eskişehir, Türkiye.

E-mail: egokcekuyu@anadolu.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-5037-499X>

ideas that he is going to use in the later chapters. Almost in every chapter Kratochwil suddenly comes to a halt and starts to carve out the indispensable pieces of his constructivist puzzle, which he then puts aside and continues to evaluate and criticize ideas and arguments from texts of authors as mentioned above. One of these concepts is "action", which is the use of "norms" and "values" that are shared and common in a social world. Attention must be paid to the word "use" in this sentence. As with Onuf, Kratochwil puts much emphasis on deeds. For Onuf there was an order and the social life could only be constructed first and foremost by deeds and then words. Kratochwil seems to favor action as well, but meanings are equally important to Kratochwil as these meanings are detrimental to how individuals behave in a social world. Kratochwil establishes a direct link between norms and historical understanding. Historical facts and events for Kratochwil form the utmost basis for individuals to embrace norms much easier. Historical memories can serve as the storage room for norms that individuals are familiar with. Even though, historical accounts and events are selectively stored in the memory bank, they are crucial in the construction of collective identities and behaviors. Norms let individuals make choices, yet the social climate individuals live in today are confusing. The confusion partly come from the usage of meanings of words in language by the media. Narrating from Kant and Hume, individuals ought to be critical as their political interests and their wellbeing depend on this. Yet, the social world today is filled with egotistic individuals who are busy with selfies and self-promotion.

Constructivism for Kratochwil is not a grand theory but simply put it is an instrument that lets one look at a social situation and scrutinize what exactly is happening. Constructivism aims to understand the social world. Constructivism is therefore merely a meta-theoretical stance or a methodological orientation (Reus-Smit, 2019, p. 18). For Kratochwil there is variation in beliefs across all individuals in every possible social world, there are differences in knowledge, skills, wishes, identities that no two individuals would be identical. There may be similarities but identical situations or individuals do not exist. It is for this reason that every situation must be unique and requires its own sequence of events. Who were at the scene, who started first and what was said and who responded in what way etc. Therefore, the order of events and the sequence of these events do matter to understand and construct a storyline. p.62 Collective meanings and individual motivations (no matter how diverse a society may be can converge and possess features of collective action. Can find common space and common language and meanings. Theory of Action.

This storyline is an objective narrative that focuses on the choices of individuals and collectivities. The reason is that it is impossible to gain access in social life by making fixed assumptions as is the case with realists and their emphasis of "fear". However, a situation or the sequence of steps taken can be reconstructed with proper analytical reasoning. This brings Kratochwil to the concept of context! Kratochwil acknowledges that realist assumptions in the order of "fear" do exist. However, there are also other emotions such as "assurances" and the possibility to communicate and sit around a table. Therefore, it is easier to analyze choices and to do this Kratochwil prefers to look at law. From this perspective, rules are based on norms and norms coming from historical traditions have built-in morals that guide and let individuals make free choices. Laws are featured to be constraining in what choices are possible. This means that there are also choices that are not welcome. Those individuals who break the law are excluded. This means that laws can be inclusive but also exclusive. This brings about the point that there are also individuals who can pose a threat and cause harm to others for obvious reasons. Individuals who participate in politics may manipulate the social world and serve personal interests. In case of corrupted individuals there must be social situations set in place. Such an example for an institution is punishment and sanctions. Yet, Kratochwil

also points out that sanctioning does not work. Examples are the sanctions against Iraq, Yugoslavia, Liberia, Haiti, Somalia, and Cambodia (Reus-Smit, 2019, p. 232). For sanctions to work it is obvious that norms must be embraced by all parties and the imposition of sanctions can be disregarded as relative gains. Therefore, constructing a new future should capacitate social units to see the potential of building new alternative futures. Kratochwil borrows the idea of why some are war-like individuals from Aristotle. According to Aristotle there are always those who do not have any reason to cooperate. Such people may not have families, morals, or homes to go back to and all that is left could be non-cooperation (Reus-Smit, 2019, p. 23). Yet, enlightened self-interest could be learned in a social world where common norms support recognition, support and cooperation. Kratochwil prefers universal norms to analyze why humans cooperate.

Learning is a process of change and Kratochwil presents some real-world illustrations of for example the Russian invasion of Crimea in 2008 and efforts of the United Nations that have backfired in Yugoslavia, Rwanda, Libya etc. Such changes in the world make it harder for individuals as well as scientists to read and understand social life. Change for Kratochwil means crisis and people have difficulty in adapting to a new situation that is born out of crisis. When changes in the social world are rapid and the crises are bigger, making choices become more stringent. Constructed identities after the crisis must again be redefined. Such a process is long and slow. Another example that Kratochwil demonstrates are the changes in international politics. Until the sixteenth century feudal relations were central which after the sixteenth century changed into contract thinking between rulers and ruled ones. Until recently European concert was about power balancing and today liberal ideas such as the Washington diet and regionalism as in EU, UN and NATO have gained prominence.

Other recent examples are that even the EU was too late in registering the change. Until it was too late as with Georgia. For Kratochwil the global order has shrunk and the East has found out about nation-building. The Western conceptual baggage now is inadequate to get a reading of what is happening right now. Constructivism requires first and foremost to acknowledge the existing diversity of social worlds that have their own logic. It may be possible that not every single social world is ready and equipped to participate as a conversation partner but it must be central to put the effort to understand.

Men are different than animals as men have power of reasoned speech. Language has a constitutive function that can create an artificial social life where people learn from conceptual thinking, reasoning and even from others' experiences. People use language and shared meanings that creates social order. Yet, the clouded judgement of the individual can be attributed to the duality of cognition and feelings. Cognition is rational and rational can predict human behavior that aspires utility. Yet, there are also language dependent feelings such as fear, remorse, shame, admiration and guilt that make human behavior irrational and the human behavior unpredictable. In other words, to reduce human behaviour to only pain and pleasure or utilitarian mode of maximizing one's benefits and reducing risks is a shortcoming of the classic liberal action theory. Anarchy does not pay attention to norms and values or their meanings or their usage.

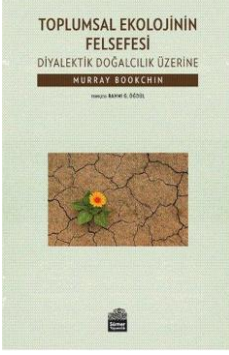
Order is important as order is primarily a point when it comes to learned ones with whom conversation and hermeneutics is possible. Not even those who are intelligent can be expected to have common sense or judgement ability, but the usage of rule-based norms and institutions in a constant change only matters if society can "go on". The choice of people today as uncritical apathic, escapist individuals is result of the dominant norms and common understanding today. It comes down to the ability of a social world and individual that is able to socially reproduce and commit to a whole range of cognitive emotional parameters to ascertain social continuation.

REFERENCES

REUS-SMIT, C. (2019). *Praxis: On Acting and Knowing*. By Friedrich Kratochwil. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 552 p. *Perspectives on Politics*, 17(3), 828–830.

KİTAP İNCELEMESİ - 2

Hazırlayan: Mehmet DEĞİRMENCİ*



TOPLUMSAL EKOLOJİNİN FELSEFESİ BAŞLIKLİ KİTABA ELEŞTİREL BİR YAKLAŞIM

Yazar: Murray BOOKCHIN,
(The Philosophy of Social Ecology)
Rahmi G. ÖĞDÜL (çev.)
İstanbul: Sümer Yayıncılık,
2014, 189 s.
ISBN: 978-6056-11-739-8

Murrah Bookchin'in beş adet denemesinden oluşan Toplumsal Ekolojinin Felsefesi: Diyalektik Doğacılık Üzerine (The Philosophy of Social Ecology: Essays on Dialectical Naturalism) adlı kitabı, daha önceden yazdığı Toplumun Yeniden Kurulması (Remaking Society) ve Kentsiz Kentleşme (Urbanization Without Cities) kitaplarında ortaya koyduğu "Toplumsal Ekoloji" fikrinin felsefi boyutunu ele almaktadır.

Çalışmamızda Bookchin'in bu kitabına eleştirel bir bakış açısı ile açıklamalarda bulunacağız. Bunu yaparken de her bölümü ayrı ayrı ele almak yerine, kitapta bulunan belli başlı kavram ve düşüncelere genel olarak değineceğiz.

Bookchin kitabın daha başlarında iken doğayı tanımlamanın öneminden bahsetmektedir. Doğanın tanımının iyi yapılmamasının duyarsızlığa neden olabileceğini söylemektedir. Ancak aynı bölüm içerisinde doğa ile ilgili "ilkel", "yabani" şeklinde tanımlamaların olabildiği gibi, "varlık" olarak da tanımlanabildiğini söylemektedir. Kendine has bir tanım ortaya koymamaktadır.

İlk bölümde yer alan "geleneksel us" ve "diyalektik us" karşılaştırmasında, A'nın A'ya eşit olduğunu varsayan geleneksel us ile, A'nın sadece A'ya değil, A olmayana da eşit olduğunu varsayan diyalektik usun karşılaştırmasını yapar. Özdeşlik ilkesine dayanan ve tarihteki gelişimleri önceki ve sonrakinden bağımsız, katmanlar dizisi olarak ele alan us olarak geleneksel usu tanımlamaktadır. Diyalektik us ise özdeşliğin çelişmesine vurgu yaparak, bir durumun ya da nesnenin, kendinden olmayanlarla, öncesi ve sonrasıyla yani bir bütün olarak ele alınmasına dayanır. Diyalektik us tarihteki gelişimleri, birbirinden bağımsız katmanlar olarak değil, sürekli birbirlerini tetikleyen ve bir önceki olayın bir sonrakinin nedeni olduğunu benimseyen diyalektik ve evrimsel bir süreç olarak ele alır.

Diyalektik usa geleneksel us karşısında olağanüstü bir üstünlük atfeden Bookchin, çalışmasında geleneksel usun da anlamlı olabileceği noktalara çok fazla değinmemiştir. Örneğin matematiksel bilimlerde özdeşliğin önemi ortadadır ve eskiden beri matematiksel bilimleri günümüze taşıyan bu geleneksel ustur.

Bookchin, ilk başta Hegel'den etkilenerek ortaya koyduğu diyalektik kavramı, daha sonra Hegel'in idealizminden ve Engels'in maddeciliğinden dolayı onlardan farklı

* Dr., Gazi Üniversitesi, Sosyal ilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi, Ankara, Türkiye,
E-posta: mehmetdegirmenci06@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6949-4155>

bir boyuta ulaşmıştır. Bookchin diyalektiği doğalcı bir düşünme biçimi olarak ortaya koymuştur. Böylece Bookchin'in meşhur "Diyalektik Doğacılık" savı ortaya çıkmaktadır. Bu sava göre doğaya evrimsel bir perspektif kazandırılmaktadır.

Bookchin'in ortaya koymuş olduğu diyalektik doğacılık, her ne kadar ilk başta sistemli bir düşünüş olarak belirse de, sürekli okumalardan sonra, bu anlayışın sürekli nedensellik ile bağlantı yapması nedeniyle akıl ile yapılacak yorumlamalardan gerektiği kadar beslenmediği görülmektedir.

Ekoloji hareketlerinin diyalektik bakışı varsayımlar üzerinden eleştirmesine oldukça sert bir şekilde tepki koyan Bookchin, gelişimsel bir süreklilikte kökleri bulunmayan varsayımsal çıkarımların anlamsız olduğunu söylemektedir.

Diyalektik doğacılığın barındırdığı süreklilik, mantıksal ve özdoğrultulu bir süreç olarak ifade edilmektedir. Bütün canlıların her birinin kendinden önce gelen yaşam biçimlerinden ortaya çıkan ardışık bir durum olduğunu ifade eder. Ancak ortaya çıkan ve diğer kayıtlardan farklı bir içeriğe sahip olan fosil kayıtlarını ise doğanın doğurganlığı olarak açıklamaktadır.

Bookchin birinci ve ikinci doğa ayrımı yapmaktadır. Biyolojik ve organik doğaya birincil doğa adını vermektedir. İnsanlığın müdahalesi ile toplumsal, kültürel ve politik olan "ikinci doğa" tanımını da yapmaktadır.

Birinci doğanın insan eliyle değiştirilmesini doğanın insan tarafından bozulduğu gerçeğiyle açıklamamaktadır. Diyalektik doğacılık anlayışına uygun olarak, evrimsel bir bakış açısı ile ele almaktadır. Yani insanlık, birinci doğaya etkin ve amaçlı olarak müdahale edebilmek için birinci doğanın içinden çıkararak meydana gelmiştir.

Doğanın yaşadığı sıkıntılar ve acıların, birinci doğa olan organik doğa ile ikinci doğa olan toplumsalın bir araya gelerek yeni bir sisteme evrimlenmesi ile son bulacağını iddia eder. Bu doğa biçimine özgür doğa adını koymaktadır ve ekolojik bir toplum tasavvurundan hareket etmektedir.

Doğa felsefesi ile ilgili düşünce ve yapıtların ciddi önyargılar içerisinde yapıldığını söylemektedir. Bu önyargıların sebebi de modern öncesi metafiziğe gerileme korkusu olduğunu ifade eden Bookchin'e göre doğa felsefesi bu önyargılardan, özellikle de akademik camiada bulunan önyargılardan temizlenmedikçe ciddi bir mesafe alamayacak ve sevgilere terk edilecektir. Bookchin burada doğa felsefesinin gelişiminden ciddi derecede kaygı duymakta olduğunu söylemektedir. Ancak kendi doğa felsefesine de kaynaklık eden birtakım gelişimlere ve felsefi bilgilere haksızlık ettiği düşünülebilir.

Bookchin'e göre toplumsal ekoloji egemenlikten arınmış, düşünce ve akıl tarafından yönlendirilmiş, işbirliğine dayalı yardımlaşma, özgürlük ve öznellik üzerinde tutarlı bir bakışa sahip olursa etkin olabileceğini söyler.

Egemenlikten arınmış olmasından kasıt, hiyerarşik olmayan ilişkileri kast etmektedir. Bookchin her türlü hiyerarşiye karşı olduğunu ifade etmektedir. Hiyerarşinin egemenlik ilişkisi ve bunun sonucu olarak da tahakküm kurma ilişkisi olarak ortaya çıktığını ifade eder. Toplumsal ekolojinin her türlü tahakkümden yani hiyerarşik ilişkiden arındırılması gerektiğini söylemektedir.

Hiyerarşi toplumsal yaşamın varlığını tehdit etmektedir. Aile, okul ve iş hayatı gibi alanlarda da hiyerarşinin aklın özgürlüğüne engel olduğunu ifade etmektedir. Bu hiyerarşik ilişkiler kendini eleştirmeyi de saf dışı bırakmaktadır.

Bookchin'in hiyerarşi ile ilgili bu katı tutumu eleştiriye açıktır. Çünkü toplumda her türlü hiyerarşiye karşı çıkmak demek, bireylerin özgürlüğüne de gölge düşürmektedir. Çünkü Bookchin tahakkümü sona erdirmek adına hayat tarzlarındaki birtakım ilişkilerde bile hiyerarşiye karşı çıkmaktadır. Bu ise insanların toplum içerisinde bir takım ilişkilerinde hareket özgürlüklerine gölge düşürebilecektir.

Bookchin, doğanın acımasız bir zorunluluk alanı olduğu düşüncesinin yaygın olduğunu belirtmektedir. Bu düşünce ise insanların ya "doğal yasaya" teslim olması ya da

insanların doğayı fethetmesi gerektiği gibi iki zorunlu yola neden olduğunu söylemektedir. Ancak burada bir başka üçüncü yol olabileceğini ya da üçüncü yol aranmanın gerekli olup olmadığını tartışmamaktadır.

Ekonominin, kıt kaynaklarla sınırsız insan isteklerinin karşılanması düşüncesinin doğanın tahribine neden olan düşünce olduğunu belirten Bookchin, bu algının yanlış olduğunu ifade etmektedir. Ancak bu ifadenin reddi, insanların arzu ve isteklerinin hiçe sayılması anlamına da gelmekte olduğunu gözden kaçırmaktadır.

Bookchin, geçmişten gelen evrimci süreci, türlerin evrimi değil, toplulukların evrimi olarak açıklamaktadır. Ona göre türlerden ziyade ekotoplulukların evrimi olarak yorumlanmalıdır. Bu noktada Darwin'in "Türlerin Kökeni" düşüncesine farklılık getirmektedir. Bookchin'e göre toplulukların evriminden bahsetmek, türlerin bütünlüğünü ve gelişti çizgilerini bozmayacaktır. Geleneksel evrim kuramına karşıt olarak, benlik, kendi evrimlerindeki etkin etmenler olarak yaşam biçimlerinin oluşturdukları topluluklarda tohumal olarak ortaya çıkar.

Bookchin, 19. yüzyıl romantik geleneğinin ürettiği "doğaya saygı" nosyonuna karşı çıkmaktadır. Ona göre doğaya saygı, doğayı ötekileştirme anlamı taşımaktadır. Bu kavram doğanın cisimleştirilmiş, yapaylaştırılmış ve söyleneleştirilmiş bir durumunu ifade etmektedir. Ona göre saygı duyulan doğa tıpkı Marks'da olan hükmedilen doğa algısına denktir. Sadece biz doğa içinde bir yerde değiliz, doğa da bizim içimizde bir yere sahiptir. Bu tavrı ile Bookchin, doğaya saygı kavramına kendince -gereğinden fazla- olumsuz anlam yüklemiştir.

Toplumsal ekoloji, insan aklının, toplumun ve hatta kültürün eşi bulunmaz oldukları, insan dışındaki doğanın ayrı olduğu fikirlerine karşı çıkar. Bu düşünceye göre ussal bir gelecek toplum, insanlığın yenilik, teknolojik gelişim ve düşünce gücünü uygarlığın kendisinin dayandığı ve insan refahının bağlı olduğu doğal dünya ile bir araya getiren, ekolojik bir toplum olmak zorundadır. Böylece toplumsal ekoloji düşüncesi doğal dünya ile toplumun bir araya gelmesinde başka çare olmadığına vurgu yapmaktadır.

Bookchin'in ortaya koyduğu bir diğer olgu da ekoteknolojilerdir. Bu teknolojiler ahlaksal teknolojilerdir. Ekoteknolojiler, ekosistemi zenginleştirmeyi amaçlamaktadırlar. Böylece bilim ve teknolojiyi insanlık ve biyosferin hizmetine sunmuş olacağız. Bu bakımdan üretim ve tüketimde yapacağımız seçimler, ekolojik olmakla ekonomik olmak arasında olacaktır. Bookchin bu açıklamaları ile ekolojik ve ekonomik olmanın ötesinde insanın arzularına yönelik yer yer yapacağı zararlı -hatta kendine bile zarar verebileceği- seçimleri göz ardı etmektedir.

Özgürlük mirası ile tahakküm mirasının iç içe geçtiği geçmişin etkisi ile tektipleştirici olan piyasa toplumundan kurtulmak için, insanlık belleğinin bu toplumsal kirlilikten arıtılması gerekmektedir.

Zamanının doğa felsefesini eleştiren Bookchin, "kafası katı araçsal yöntem-bilim açısından batılıyken, yüreği duygusallığı bakımından doğuludur" diyerek, ekolojinin popüler eğilimini eleştirmektedir. Bu durumu da tutarsız bir ekofelsefe camiası olarak adlandırmaktadır.

Bookchin'e göre çağdaş toplumlar, oldukça gerici politik görüşleri besleyen doğa imgeleri tarafından katılaştırılmış ve duygusuzlaştırılmıştır. Bu durumu Hitler ve Stalin gibi diktatörlerin eylemlerini açıklamakta kullanmıştır. Bilimin, doğa felsefesinin içine düştüğü bu darmadağınlıktan kurtaramadığından bahsederek, olumsuzlukları bilimin yetersizliğine yükleyerek kolaya kaçmayı seçmektedir.

Frankfurt okulunun, yani Theodor Adorno ve Max Horkheimer'in aklın doğa üzerinde egemenlik aracı olarak kendi kökeni tarafından lekelendiğine inandıklarını ve bu durumu ekolojik düşüncelerinin özgürleştirici etikten yoksun olduğundan kaynaklandığını söyler Bookchin.

Bookchin'e gör biyomerkezcilik ve karşı-insancılık, insan yaşamını toplumsal gelişimden yoksun bırakmaktadır. Bu düşünceler tüm canlıların denk olduğunu ifade eden "biyosferik" bir demokrasi olduğunu ifade etmektedirler. Bu yönleriyle Bookchin'e göre insan-sevmezdirler. Biyomerkezci, karşı-insancı ve "doğal yasa" savunucularını hasatlıkları insan imgesi kavramı ile eleştirmekle Bookchin, bu düşüncelerin ortaya koyduğu bir takım yararlı fikirleri de hiçe saymakta, insan merkezli tüm ekolojik felsefeleri bir kalemde silerek aslolanın toplum olduğunu vurgulamaktadır.

Toplumsal ekoloji, birinci ve ikinci doğanın var olduğu ve hiçbir zaman "koşutluklar" şekline ikileştirilemeyecekleri ya da kolayca birbirlerine ingirgenemeyecekleri olgusunu açıklamaktadır. İkinci doğa, birinci doğanın içinden çıkmış evrimsel bir süreç olarak karşımızdadır.

Bookchin'e göre ekolojik diyalektik, doğal dünyayı Aristoteles ve Hegel'de olduğu gibi "varlık merdiveni" olarak görmemektedir. Dolayımli süreklilik fikrinden beslenir. Diyalektik sadece değişim, devinim ve süreç değil, gelişim, türeme, dolayım ve birikimseldir. Bu tarzda ekolojik diyalektik, geçmişteki tüm olayları süreç olarak açıklamaktadır. Herhangi bir istisna alanı bırakmamaktadır.

Diyalektik, dalgalanan görüngü türlerinden değil de, gelişimsel olması gereken doğrulama türlerinde geçerlidir. Diyalektik mühendislik bilimlerine uygulanmaz. Nasıl ki Einstein'ın göreliliği mühendisliğe uyarlanamıyorsa, diyalektik de bu alanalara uyarlanamaz. Ayrıca diyalektik geriye dönük değil, ileriye dönük bir olgudur.

İnsanlığın doğaya müdahalesinin kaçınılmaz olduğunu ileri süren Bookchin, etkin bir insan varlığının olmadığı doğayı maymunlarından yoksun tropik bir ormana benzetmektedir. Bu kaçınılmaz olanın sezgisel değil akılla geliştirilmesinin gerektiği ve bu durumda ekolojik olabileceğini anlatmaktadır. Bu açıklamalar Bookchin'in her türlü eylem ve faaliyetin akılla ilişkili olması zorunluluğu fikrini ortaya koyar ki, sezgisel davranışların yer yer kaçınılmaz olduğu göz ardı edilmektedir.

Ekolojik diyalektik, yaratıcı bir paradoks oluşturur: ekolojik toplumdaki ikinci doğa, birinci doğanın akıl ve doğruluk elde etme potansiyelinin edimselleştirilmesi olacaktır. Böylelikle ekolojik toplumdaki insan düşünme gücü, birincil doğadaki var olan evrimsel süreklilik üzerine katlanacaktır. Bookchin bu açıklamaları ile her şeyin sistemli ve düzenli bir yapı içerisinde işleyebileceği varsayımı ile hareket etmektedir.

Ekolojik toplumda, birinci ve ikinci doğa özgür, ussal ve etik bir biçimde bütünlüklerini yitirmeden kaynaşmaktadır. Doğanın bütünlüğü üzerine insan us ve etiği eklenecektir.

Bookchin biyomerkezcileri, her canlının kendini gerçekleştirme olguları üzerinden eleştirir. İnsanlara kötü virüsler yayan sivrisineklerin öldürülemeyeceği bir düzen olduğundan hareketle biyomerkezcileri eleştirmektedir. Biyomerkezcilerin yeterli neden olmadıkça diğer canlılara zarar vermeme prensibini gerçekçi bulmamaktadır. Aynı şekilde insanları zorbalığa iteceğini düşündüğü insan-merkezciliği de tehlikeli bulmaktadır. Bookchin'e göre tarih, olayların ussa içeriği ve sürekliliğidir. Kesinlikle insan geçmişinde ussal olan bir şeydir. Diyalektik anlamda örtülü olan ussallıktır. Bookchin, geçmişte her ne kadar etkili olsalar da ussal olmayan olayları tarih değil sadece olay olarak görmektedir. Ancak geçmişte yaşanan her olay, ister ussal olsun ister olmasın bizce tarihtir. Çünkü tarihte yaşanan olayların olumsuzluklarından da ders çıkarmamız, sadece ussal olanların kayda değer bulunmasıyla mümkün olamayacaktır.

Günümüzün kuram bilimlerinde tarihin yerine bir olaylar dizisi, uygarlığın yerine kültürel görecelik ve ilerleme olanağı yerine temel bir kötümserlik geçmektedir diyen Bookchin'e göre, bunların sebebi entelektüel gerilemedir. Çıkar yol ise halk hareketi çağrısı yapan bir toplumsal çözümleridir. Böylece Bookchin zamanın akademik ve entelektüel problemlerinin çözümünün sadece toplumsal hareketlenmelerde olabileceğini söyleyerek, bireylerin etkisini yok saymaktadır.