



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

** Eski adıyla İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ Dergisi
(ISSN: 1309-1352 e-ISSN: 2149-0074)*

TEMMUZ 2023

ISSN: 2757-7252

e-ISSN: 2757-7244

CİLT: 15 - SAYI: 3

İAUD Cilt 15 Sayı 3 DOI:10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/2023.153

İletişim

<https://iaud.aydin.edu.tr/tr/2023-nisan-cilt-15-sayi-3/>

Editör

Doç. Dr. Nur Emine KOÇ

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Burcu KAVAS

<http://iaud.aydin.edu.tr>

DERGİNİN TARİHÇESİ

İAÜD, Ocak 2009 – Aralık 2020 yılları arasında “İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi” adıyla süreli akademik hakemli bir dergi olarak yayın yapmıştır. Belirtilen tarih aralığında derginin ISSN 1309-1352 | e-ISSN 2149-0074 olarak kullanılmıştır. TRDizin başvuru sürecinde derginin alanının net olarak belirgin olmamasından dolayı İstanbul Aydın Üniversitesi 12.06.2020 tarih 2020/5 toplantı ve 45379966-050.01.04 numarasıyla alınan Yayın Komisyon Kararı doğrultusunda isminin “İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi” olarak Ocak 2021 sayısı ile birlikte değiştirilmesine karar verilmiştir. Yeni isim bağlamında yeni ISSN: 2757-7252 ve yeni e-ISSN: 2757-7244 alınarak Sosyal Bilim alanıyla ilgili çalışmalar değerlendirilerek yayın süreci kaldığı yerden devam etmektedir.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ (İAÜD)

ISSN: 2757-7252 e-ISSN: 2757-7244

Odak ve Kapsam

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin yayın organıdır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi sadece sosyal bilimler temel alanından makaleleri kabul etmektedir. Sosyal Bilim alanındaki özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi hakemli bir dergidir ve 2009 yılından beri yayımlanmaktadır.

Sosyal bilimleri temel alan İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisinde (İAÜD); gazetecilik ve medya çalışmaları, görsel iletişim tasarımı, halkla ilişkiler, sinema, siyaset bilimi, iletişim çalışmaları, sosyal psikoloji, sosyoloji, dilbilimi, iletişim sosyolojisi, iletişim sistemleri, iletişim psikolojisi, iletişim tarihi, kişilerarası iletişim, kitle iletişimi, kültürlerarası iletişim, siyasal iletişim, uluslararası iletişim ve yeni iletişim teknolojileri, uygulamalı iletişim ve buna yakın sosyal bilimlerdeki ilgili alanlarında bilimsel çalışmalar kapsamında eserler kabul edilmekte ve yayımlanmaktadır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, yılda dört defa basılı ve elektronik olarak yayınlanan hakemli ve bilimsel bir dergidir. Orijinal teorik ve/veya deneysel çalışma, çeşitli bilimsel araştırma yöntemlerinin uygulandığı makaleler kabul edilir. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi editör kurulu, ulusal ve uluslararası uzmanların değerlendirmesiyle makalelerin kabul edilmesi veya edilmemesinde yetkilidir.

İndeks ve Özet Bilgisi

DOAJ (DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS)

ACADEMIC SEARCH ULTIMATE (EBSCOHOST)

DERGİPARK

INFOBASE INDEX

ROAD INDEX

GOOGLE SCHOLAR

CITEFACTOR

ASOS İNDEKS

SOBIAD

TÜRK EĞİTİM İNDEKSİ

Yayıncı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Makale Türleri

Derleme: Belli bir konuda yakın zamana kadar yapılmış bilimsel çalışmaların kapsamlı derlemesi.

Araştırma Makalesi: Özgün araştırmaları ve sonuçlarını sunan bilimsel formatta yazılmış makale.

Teorik ve Kuramsal Makaleler: İlgili bilim dalına katkı yapacak teorik düzlemde hazırlanmış makale.

Değerlendirme Süreci

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisine gönderilen makaleler, iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda Yayın Kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Makaleler Turnitin ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır.

Yayın Sıklığı

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim olmak üzere yılda 4 kez yayımlanır. Dergiye belli bir sayı için makale kabul edilmemektedir. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını artırarak, insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir. Ayrıca İAÜD, Creative Commons tarafından CC-BY-NC-ND 4.0 lisanslanmıştır.

Yayın Ücreti

Dergi için herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Ayrıca kabul edilen bütün makaleler ücretsiz yayımlanmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri

İAÜD'ye gönderilen bilimsel yazılarda, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği ile ilişkili yönergeler, ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) önerileri ve COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartları dikkate alınmalıdır. İntihal, verilerde sahtecilik ya da yanıltmacılık, yayın tekrarı, bölerek yayınlama ve araştırmaya katkısı olmayan kişilerin yazarlar arasında yer alması etik kurallar dahilinde kabul edilemez uygulamalardır. Bu ve benzeri uygulamalarla ilişkili herhangi etik bir usulsüzlük durumunda gerekli yasal işlemler yapılacaktır.

a) İntihal: Başkalarının özgün fikirlerini, metotlarını, verilerini veya eserlerini bilimsel kurallara uygun biçimde atf yapmadan kısmen veya tamamen kendi eseri gibi göstermek, intihal kapsamında ele alınmaktadır. İntihalden kaçınmak için yazarlar bilimsel kurallara uygun bir şekilde atf yapmalı ve araştırmaları içerisinde yer alan tüm bilimsel yazılara ait kaynak gösterimine dikkat etmelidirler.

b) Veride Sahtecilik: Bilimsel araştırmalarda gerçekte var olmayan ya da değişikliğe uğratılmış verileri kullanmak, veride sahtecilik kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar verilerini etik kurallar dahilinde toplayarak, süreç içerisinde geçerlik ve güvenilirliği etkileyecek bir değişikliğe maruz bırakmadan analiz etmelidirler.

c) Çarpıtma: Araştırmadan elde edilen kayıtları ya da verileri değiştirmek, araştırmada kullanılmayan cihaz veya materyalleri kullanılmış gibi göstermek, destek alınan kişi ve kuruluşların çıkarları doğrultusunda araştırma sonuçlarını değiştirmek ya da şekillendirmek, çarpıtma kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma süreci ile ilişkili verdikleri bilgilerde dürüst, objektif ve şeffaf olmalıdırlar. Etik kuralları ihlal etmekten kaçınmalıdırlar.

d) Yayın Tekrarı: Aynı yayını, yapılmış olan önceki yayınlara atf yapmaksızın ayrı yayınlar olarak sunmak, yayın tekrarı kapsamında ele alınmaktadır. Değerlendirilmek üzere gönderilen yayınların daha önce başka bir yerde yayımlanması ya da değerlendirme sürecinde olması ile ilişkili sorumluluk tamamen yazarlara aittir. Yazarlar tekrardan kaçınmalı, özgün ve orijinal araştırmalarını göndermeye özen göstermelidirler.

e) Bölerek Yayınlama: Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırıp birden fazla sayıda yayımlayarak bu yayınları ayrı yayınlar olarak sunmak, bölerek yayınlama kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma bütünlüğünü göz önünde bulundurmalı ve sonuçları etkileyecek bölmelerden kaçınmalıdırlar.

f) Yazarlık: Araştırmaya katkısı olmayan kişileri yazarlar arasına dâhil etmek ya da katkısı olan kişileri dâhil etmemek, haksız yazarlık kapsamında ele alınmaktadır. Araştırmanın planlanması, tasarımı, verilerin toplanması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi, araştırmanın yayına hazırlanması ve son halinin ortaya koyulması aşamalarına tüm yazarlar yeterli düzeyde katkı sağlamış olmalıdırlar.

Etik Kurul İzni

Aşağıda yer alan araştırmalar için “Etik Kurul İzni” gerekmektedir. Makale yazarının kadrosunda yer aldığı kurumdan onaylı “Etik Kurul İzni” alınmalıdır. Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütölen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar,

Ayrıca;

- Olgu sunumlarında “Aydınlatılmış onam formu”nun alındığının belirtilmesi,
- Başkalarına ait ölçek, anket, fotoğrafların kullanımı için sahiplerinden izin alınması ve belirtilmesi,
- Kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine uyulduğunun belirtilmesidir.

Bu makalelerde kesinlikle “Etik Kurul İzni” makale içinde belirtilmelidir. Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.

İntihal Politikası

Gönderilen tüm makaleler intihal kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir. Bu rapora bağlı olarak intihal oranı en az %20’yi geçmeyecek düzeyde olan makaleler yayımlanabilir. Bunun üzerinde intihal oranı olan makaleler kesinlikle yayımlanamamaktadır. %20’nin altında intihal oranı çıkan makalelerde hakem görüşlerine bağlı olarak güncelleme talep edilebilmektedir.

Telif Hakkı

Telif hakkı; bilimsel olarak hazırlanmış makalelerin ayrıntılı bir şekilde korunmasını amaçlar. Yazarın haklarını korumak ve yeniden basma ya da yayınlanan araştırmanın diğer kullanım izinlerini düzenlemek için İAÜD, yazarların makalelerini yayımlanmaya hazır olduğunda tüm haklarını imzalamaları gereken bir telif hakkı formuna sahiptir.

İAÜD, yazarların telif hakkını kısıtlama olmaksızın kullanmalarına izin vermez. Teknik içeriğe ve tescilli materyalin korunmasına ilişkin sorumluluk yalnızca yazara ve kurumlara aittir ve İAÜD veya Yayın Kurulunun sorumluluğunda değildir. Başlıca yazar, makalenin diğer tüm yazarlar tarafından görülmesini sağlamaktan sorumludur. Gönderilmeden önce makalede telif hakkıyla korunan

materyallerin kullanımı için gerekli tüm telif hakkı izinlerini almak yazarın sorumluluğundadır.

Yazar olarak haklarını nelerdir?

- Yetki olarak haklarınızı belirlemek için gönderdiğiniz veya yayınladığınız derginin politikasını kontrol etmeniz önemlidir. İAÜD'nin standart politikaları aşağıdaki yeniden kullanım haklarına izin verir:
- İAÜD; makalelerin yazarlar tarafından telif hakkı kısıtlaması olmaksızın kullanılmasına izin vermez.
- Yayımlanan makaleyi, kendi eğitim ihtiyaçlarınız için veya araştırma kaynağınıza, bu arzın ticari amaçlarla kullanılmaması koşuluyla bireysel olarak sağlamak için kullanabilirsiniz.
- Yayımlanan makaleyi İAÜD'nin izni olmadan bir web sitesinde yayımlayamazsınız.

Makale Çağrısı

İAÜD, farklı alanlardan gelen akademisyen ve profesyonelleri “sosyal bilimler”le ilgili bu konulardaki farklı görüşlerini tartışmak üzere bir araya getirmeyi amaçlamaktadır.

- İAÜD'ün Ana Konuları
- Gazetecilik ve medya çalışmaları
- Görsel iletişim tasarımı
- Halkla ilişkiler
- Sinema
- Siyaset bilimi
- İletişim çalışmaları
- Sosyal psikoloji
- Sosyoloji
- Dilbilimi
- İletişim sosyolojisi
- İletişim sistemleri
- İletişim psikolojisi
- İletişim tarihi
- Kişilerarası iletişim
- Kitle iletişimi
- Kültürlerarası iletişim
- Siyasal iletişim
- Uluslararası iletişim
- Yeni iletişim teknolojileri
- Uygulamalı iletişim

- İletişim bilimleri
- Dijital kültür
- İletişim çalışmaları
- Reklamcılık
- Uzaktan eğitim
- Radyo, televizyon ve sinema
- Yayın Dili
- Türkçe ve İngilizce
- Makale Gönderimi

Makaleler sadece Dergipark üzerinden kabul edilmektedir.

İletişim

İstanbul Aydın Üniversitesi

İstanbul – Turkey

e-mail: iaud@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 – 43705

İAÜ Adına İmtiyaz Sahibi:

Doç. Dr. Mustafa AYDIN
(İstanbul Aydın Üniversitesi)
(Mütevelli Heyet Başkanı)

İdari Koordinatör

Dr. Öğr. Üyesi Burak SÖNMEZER

Türkçe Redaksiyon

Arş. Gör. Meltem BAŞARAN

Yazı İşleri Müdürü

Prof. Dr. Mehmet Reşat BAŞAR

İngilizce Redaksiyon

Arş. Gör. Özlem VATANSEVER

Editör

Doç. Dr. Nur Emine KOÇ

Grafik Tasarım

Arş. Gör. Burcu KAVAS

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Burcu KAVAS

Yazışma Adresi

Florya Yerleşkesi, Beşyol Mah.
İnönü Cad. No:38 ,
Küçükçekmece, İstanbul
Tel: 444 1 428
Faks: 0 212 425 57 59

Baskı

Levent Baskı Merkezi
Sertifika No: 35983

Emniyetevler Mahallesi Yeniçeri
Sokak No:6/A 4.Levent /
İstanbul, Türkiye

Tel: 0212 270 80 70

Mail: info@leventbaskimerkezi.com

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Hasan SAYGIN (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ (Marmara Üniversitesi)

Prof.Dr. Erhan AKYAZI (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Selahattin YILDIZ (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Prof. Dr. Okan ORMANLI (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Bilimsel Hakem Kurulu

Abdullah YILDIRMAZ (Batman Üniversitesi)

Abdülkadir ÜNAL (Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)

Ahmet Hüsrev ÇELİK (Düzce Üniversitesi)

And ALGÜL (Üsküdar Üniversitesi)

Anıl Zekiye GÖKER (Doğuş Üniversitesi)

Aslı GÜNAY (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)

Aşkın İnci SÖKMEN ALACA (Arel Üniversitesi)

Ayben KOY (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Ayfer GENÇ YILMAZ (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Ayşe Çiğdem KOCAMAN (Nişantaşı Üniversitesi)

Aysu UĞURLAR (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)

Ayşe Banu BIÇAKÇI (İzmir Ekonomi Üniversitesi)

Ayşe Gülce UYGUN (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

Ayşegül AKAYDIN AYDIN (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Ayten ÖVÜR (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Barış ERİÇOK (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Baybarshan Ali KAZANCI (Kırıkkale Üniversitesi)
Beyhan Hilal YASLIDAĞ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Bilge ÇAĞATAY (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Bilge ÇAKIR (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)
Binnur GÜRÜL (Gelişim Üniversitesi)
Buket AKDEMİR DİLEK (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Bülent BİNGÖL (KTO Karatay Üniversitesi)
Cantürk ÖZ (Nişantaşı Üniversitesi)
Celal GÜLŞEN (Beykent Üniversitesi)
Cenk TAN (Pamukkale Üniversitesi)
Ceren AVCİL (Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi)
Cihan BECAN (Üsküdar Üniversitesi)
Cihat KÖKSAL (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Cüneyt BOZKURT (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Çağla KAYA İLHAN (İstanbul Gelişim Üniversitesi)
Çağrı ÇOLAK (Trabzon Üniversitesi)
Defne DURSUN (Atatürk Üniversitesi)
Demet AKARÇAY ULUTAŞ (KTO Karatay Üniversitesi)
Deniz AKBULUT (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Derya ÇEVİK TAŞDEMİR (Gaziantep Üniversitesi)
Dilek ÇINAR (İstanbul Ayrıansaray Üniversitesi)
Dinçer ATLI (Üsküdar Üniversitesi)
Emel TOZLU ÖZÇAY (Gelişim Üniversitesi)
Eray AKTEPE (Kastamonu Üniversitesi)
Ercan ÖGE (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Erhan ALABAY (Sağlık Bilimleri Üniversitesi)
Fatma AYKANAT (Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi)
Fatma Betül ŞENOL (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Fatma Ecem CEYLAN (Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Fatma Nazlı KÖKSAL (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Fatma Sema GÜRKAN (Toros Üniversitesi)

Ferdi BAHADIR (Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi)
Feridun NİZAM (Fırat Üniversitesi)
Feryade TOKAN ŞENOL (Yeditepe Üniversitesi)
Feyza GÖREZ (Erciyes Üniversitesi)
Fırat SAYICI (İstanbul Esenyurt Üniversitesi)
Filiz BİLGİN ÜLKEN (Mersin Üniversitesi)
Funda ÖZŞENER (Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Gonca YILDIRIM (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Gökay KARADUMAN (Ardahan Üniversitesi)
Gözde SUNAL (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Gözde ÖYMEN (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Gözde YETMEN (İzmir Demokrasi Üniversitesi)
Gül Aslı AKSU (Kastamonu Üniversitesi)
Gül Esra ATALAY (Üsküdar Üniversitesi)
Gülmire BERDAŞ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Gülsün BOZKURT (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Güzel SADYKOVA (Kastamonu Üniversitesi)
Hakan YAŞ (Trakya Üniversitesi)
Hami Onur BİNGÖL (Dumlupınar Üniversitesi)
Hamit Murat ÖZCAN (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi)
Hande TASA (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Hande ÖZGEN (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Hayri CENGİZ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
Hicabi ERSOY (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Hüseyin SELİMLER (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Irmak BAYBURTLU (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
İlker YAMAN (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)
İsmail Cem AY (Gelişim Üniversitesi)
Kağan Cem MIZRAK (Uşak Üniversitesi)
Kübra KANGÜLEÇ COŞKUN (TOBB Ekonomi Üniversitesi)
Mehmet Cem OĞULTÜRK (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Mehmet Hanefi TOPAL (Kırklareli Üniversitesi)
Mehmet Zeki İLGAR (Biruni Üniversitesi)
Melek İPEK (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Melike Saba AKIM (Gelişim Üniversitesi)
Muhammed Hüseyin MERCAN (Marmara Üniversitesi)
Murat ÇİFTÇİ (Trakya Üniversitesi)
Murat POLAT (Muş Alparslan Üniversitesi)
Musa KESKİN (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Mustafa Cebrail SADAĞOĞLU (Haliç Üniversitesi)
Mustafa Sami MENCET (Akdeniz Üniversitesi)
Müge İRFANOĞLU (Doğuş Üniversitesi)
Müge ÖZTUNÇ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Nazar BAL (Gelişim Üniversitesi)
Necmiye Tülin İRGE (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Nursen GEYİK DEĞERLİ (Nişantaşı Üniversitesi)
Nurullah SELÇUK (Adıyaman Üniversitesi)
Okan ORMANLI (İstanbul Kültür Üniversitesi)
Osman KARACAN (Kastamonu Üniversitesi)
Ömer ATABEYOĞLU (Ordu Üniversitesi)
Ömer OSMANOĞLU (Üsküdar Üniversitesi)
Ömer TAŞGETİREN (İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi)
Öner GÜMÜŞ (Dumlupınar Üniversitesi)
Özlem GÖK (Erciyes Üniversitesi)
Özlem TEKDEMİR (KTO Karatay Üniversitesi)
Pınar AYYILDIZ (Ankara Medipol Üniversitesi)
Pınar KARABABA DEMİRCAN (Beykent Üniversitesi)
Ruken ÖZGÜL KILANÇ (İstanbul Kent Üniversitesi)
Sadettin GÜLTEKİN (Giresun Üniversitesi)
Sefa ÇELİKSAP (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Selin KİRAZ DEMİR (Amasya Üniversitesi)
Sena COŞKUN (Afyon Kocatepe Üniversitesi)
Serdar Kuzey YILDIZ (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Serenay ÇALIŞ (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Sergender SEZER (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Serkan AKGÜN (İstanbul Kent Üniversitesi)
Serkan KONYA (Artvin Çoruh Üniversitesi)

Sertaç KAYA (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Sıtkı SÖNMEZER (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Şaha BAYGÜL ÖZPINAR (Üsküdar Üniversitesi)
Şebnem GÜLDAL (Yakın Doğu Üniversitesi)
Timuçin Buğra EDMAN (Düzce Üniversitesi)
Tolga BARIŞIK (İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi)
Tuba KINAY GÖR (Sinop Üniversitesi)
Tuğçe ÇEVİK (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Umut BEDİR (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Vahit Ferhan BENLİ (İstanbul Ticaret Üniversitesi)
Veli BOZTEPE (İstanbul Aydın Üniversitesi)
Vildan IŞIK (Düzce Üniversitesi)
Volkan KILIÇ (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)
Yıldız Derya BİRİNCİOĞLU (Üsküdar Üniversitesi)
Yusuf Bahadır KAVAS (Amasya Üniversitesi)

Editörün Mesajı

Sevgili IAUD Okuyucuları,

Bu sayıda Cilt 15, Sayı 3 yayınımızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında kabul edilen 10 yazarın 7 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak için bizlere IAUD Sekreterliği iaud@aydin.edu.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Editör

Doç. Dr. Nur Emine KOÇ

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi

34295-İstanbul TÜRKİYE

Tel: 444 1 428

E-mail: nurkoc@aydin.edu.tr

URL: <https://iaud.aydin.edu.tr>

İSTANBUL AYDIN UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (İAÜD)

ISSN: 2757-7252 e-ISSN: 2757-7244

History of IAUD

IAUD, published as a peer-reviewed periodical academic journal under the name of “Journal of Istanbul Aydın University” between January 2009 - December 2020. ISSN 1309-1352 | e-ISSN 2149-0074 are used between the specified dates. Because the field of the journal was not clearly apparent in the TRDizin application process, in accordance with 12.06.2020 date, 2020/5 meeting and 45379966-050.01.04 numbered decision of Istanbul Aydın University Publishing Commission, it is decided upon that its name will be changed to “Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences” as from the January 2021 issue. Within the context of the new name, by receiving new ISSN: 2757-7252 and new e-ISSN: 2757-7244 the journal will resume its publication process by evaluating studies in the Social Sciences field.

Focus and Scope

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences aims to open up to the world under the guidance of science, reach the society it is in, and to publish scientific articles of the essence in accordance with international publishing principles in order to lead their changing and developing demands. Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is an Istanbul Aydın University publication. Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences accepts articles in the field of social sciences. Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is a peer-reviewed periodical publication and has been published since 2009.

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences (IAUD) is based on social sciences and scientific researches in journalism and media studies, visual communication design, public relations, cinema, political science, communication studies, social psychology, sociology, linguistics, communication sociology, communication systems, communication psychology, history of communication, interpersonal communication, mass communication, intercultural communication, political communication works are accepted and published within the scope of scientific studies in the fields of international communication and new communication technologies, applied communication and related social sciences are accepted and published.

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is a refereed and scientific journal published four times a year in print and electronically. Original theoretical and / or experimental work, articles in which various scientific research methods are applied are accepted. The editorial board of Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is authorized to accept or not to accept articles upon the evaluation of national and international experts.

INDEX

DOAJ (DIRECTORY OF OPEN ACCESS JOURNALS)

ACADEMIC SEARCH ULTIMATE (EBSCOHOST)

DERGİPARK

INFOBASE INDEX

ROAD INDEX

GOOGLE SCHOLAR

CİTEFACTOR

ASOS İNDEKS

SOBİAD

TÜRK EĞİTİM İNDEKSİ

Publisher

İstanbul Aydın University, TURKEY

Article Types

Review: Comprehensive review of scientific studies on a particular subject, up to recently.

Research Article: An article written in a scientific format presenting original research and results.

Theoretical and Theoretical Articles: An article prepared on a theoretical level that will contribute to the related discipline.

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the TURNITIN or/ and iThenticate program.

Publishing Period

Istanbul Aydın University Journal of Social Sciences is published 4 times a year, January, April, July and October. Articles are not accepted for a certain number of journals. Authors can submit their article at any time. The articles whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

IAUD adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access. In addition to this, IAUD is licensed by Creative Commons with CC-BY-NC-ND 4.0.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to IAUD, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research are among the authors are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a)Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in a manner that is appropriate and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b)Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c)Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations that are supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d)Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications is considered within the scope of repeti-

tion of publications. The responsibility for the publication of the publications submitted for evaluation in another place or in the evaluation process belongs to the authors. The authors should refrain from repeating the original and original research and they should pay attention to submit their original and original research.

e) Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f) Authorship: The inclusion of people who do not contribute to the research or not to include the people who have contributed is considered within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Ethics Committee Approval

“Ethics Committee Approval” is required for the following researches. An approved “Ethics Committee Approval” must be obtained from the institution where the author of the article is located. The researches requiring the Ethics Committee’s approval are as follows:

- Any researches carried out with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using survey, interview, focus group work, observation, experiment, interview techniques,
- Use of humans and animals (including material / data) for experimental or other scientific purposes,
- Clinical researches on humans,
- Researches on animals,
- Retrospective studies in accordance with the law of protection of personal data,

Also;

- Stating that the “informed consent form” was taken in the case reports,
- Obtaining and specifying the permission of the owners for the use of scale, questionnaire and photos belonging to others,
- Stating that copyright regulations are obeyed for the ideas and works of art used.

“Ethics Committee Permission” should be stated in these articles. The articles should include the statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Plagiarism Policy

Gönderilen tüm makaleler intihal kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir. Bu rapora bağlı olarak **intihal oranı en az %20 'yi** geçmeyecek düzeyde olan makaleler yayımlanabilir. Bunun üzerinde intihal oranı olan makaleler kesinlikle yayımlanmamaktadır. %20'nin altında intihal oranı çıkan makalelerde hakem görüşlerine bağlı olarak güncelleme talep edilebilmektedir.

Copyright

Copyright aims to protect the specific way the article has been written to describe a scientific research in detail. It is claimed that this is necessary in order to protect author's rights, and to regulate permissions for reprints or other use of the published research. İAÜD have a copyright form which is required authors to sign over all of the rights when their article is ready for publication. All site content, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Common Attribution Licence. (CC-BY-NC 4.0)

The author gives his rights to the journal by signing the copyright transfer form. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application; responsibility for technical content and for protection of proprietary material rests solely with the author(s) and their organizations and is not the responsibility of the İAÜD or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the responsibility of the author to obtain all necessary copyright release permissions for the use of any copyrighted materials in the manuscript prior to the submission.

What are my rights as author?

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as Author. İAUD's standard policies allow the following re-use rights

The journal allows the author(s) to use the articles without copyright restrictions.

You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes.

You may not post the published article on a website without permission from İAUD.

Call For Papers

İAÜD will bring together academics and professionals coming from different fields to discuss their differing points of views on these questions related to "social sciences".

Main Topics of İAÜD

- Journalism and media studies
- Visual communication design
- Public relations
- Cinema
- Political Science
- Communication studies
- Social psychology
- Sociology
- Linguistics studies
- Communication sociology
- Communication systems
- Communication psychology
- Communication history
- Interpersonal communication
- Interpersonal communication
- Interpersonal communication
- Intercultural communication
- Political communication
- New communication technologies
- Applied communication
- Communication sciences
- Digital culture
- Communication studies
- Advertising
- Distance Learning
- Radio, television and cinema

Publication Language of İAÜD

Turkish and English

Article Submission

Articles are accepted only through Dergipark.

Contact

İstanbul Aydın University

İstanbul – Turkey

e-mail: iaud@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 – 43705

Başkan'dan

Üniversite olmak sadece eğitim öğretim faaliyetlerini sürdürmek anlamına gelmez. Üniversite, bu faaliyetlerin yanında sosyal ve akademik faaliyetleri de sağlıklı ve kaliteli yürütülmesinden sorumludur. Üniversitemizde görevyapan her öğretim elemanının ürettiği en küçük çıktıyı değerlendirmesi ve paylaşması temel amaçlarımızdandır. Bu amaçtan hareketle yürütülen yayın faaliyetleri ise akademik anlamda en öncelikli çabamızdır. Deneyimlerin genç kuşaklara aktarılması için temel mecra olarak gördüğümüz akademik dergi yayıncılığında, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin de katkısının olması amacıyla, bünyemizdeki tüm bilim, teknoloji ve sanat disiplinlerinde akademik dergi yayınlama kararı alınmıştır.

Üniversitemiz tarafından yayınlanan İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi temelde teknoloji, iletişim ve sosyal bilimler arasında ilişkiler kurulması ve bu alanlar üzerine bilimsel çalışmaların yayınlanması görevini üstlenmektedir. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sosyal Bilimler, İletişim Çalışmaları, Yeni Medya, Halkla İlişkiler, Reklamcılık alanında yapılmış olan gerek uygulamalı gerekse bilimsel araştırma merkezli makaleleri yayımlamaktadır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi umuyorum ki hem Türk hem de uluslararası araştırmacıların bilimsel eserler üretmesi ve bilimsel alanda ülkemizin yazın gelişimine katkıda bulunacaktır. Derginin editörü, hakemleri ve yazarlarına katkıları için teşekkürlerimi sunuyorum.

Doç. Dr. Mustafa AYDIN
Mütevelli Heyet Başkanı

Rektör'den

İstanbul Aydın Üniversitesi içindeki tüm fakültelerimiz önemlidir ve gereklidir. Ama üniversitemizin teknoloji, iletişim ve sosyal bilimler alanında çalışmaların yapılması adına pek çok öğrenciyi yetiştiren İletişim Fakültemiz yeni medya, halkla ilişkiler, reklam gibi alanlarda araştırma yapılması adına önemli yazınla üretmektedir. Kurumların ulusal ve uluslararası ölçekte tanıtılması için yayınların yararı kuşkusuz tartışılmazdır. Akademik dergi yayıncılığında varlığını ortaya koyan "İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi", alanında önemli ve ciddi bir adımdır. İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Deniz YENGİN'e şahsında, derginin yayına hazırlanmasında emeği geçen herkesi kutluyor, başarılı bir yayın hayatı diliyorum.

Prof. Dr. Yedigörmüş İZMİRLİ
İAÜ Rektörü

Editör'den

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından hazırlanan bilim ve sosyal bilimlere dair araştırmaları içeren "İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi" bilimsel alana pek çok katkıda bulunan makaleleri yayınlamaktadır. Dergimize yapılan birçok araştırmacının başvurusundan, dikkatli incelemeler yapılarak yayınlanması seçilen eserler gerek ulusal gerekse uluslararası alanda önemli katkılar sağlayacaktır. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi; EBSCO, DOAJ ve Ergipark içerisinde yer alan yapısı ile gelecek sayılarında da önde gelen araştırmalara ev sahipliği yapacaktır.

Doç. Dr. Nur Emine KOÇ
İAÜD Editörü

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

CİLT: 15 - SAYI: 3 - Temmuz 2023



İçindekiler

Content

DERLEME (REVIEW)

RADİKAL DEMOKRASİ ÜZERİNE KURAMSAL BİR İNCELEME
A THEORETICAL INVESTIGATION ON THE RADICAL DEMOCRACY
Erkan İNAN.....259

**GİRİŞİMCİ PAZARLAMA: BOYUTLARI, AVANTAJLARI,
ZORLUKLARI VE STRATEJİLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR
ÇERÇEVE**
*ENTREPRENEURIAL MARKETING: A CONCEPTUAL FRAMEWORK ON
ITS DIMENSIONS, BENEFITS, CHALLENGES AND STRATEGIES*
Yasemin GEDİK.....286

ARAŞTIRMA MAKALESİ (RESEARCH ARTICLE)

**ÇOCUKLUK YAŞANTILARININ ETKİLEDİĞİ CİNSEL İŞLEV
BOZUKLUĞU VE BİR VAKADA BİLİŞSEL-DAVRANIŞCI
DANIŞMANLIK**
*CHILDHOOD EXPERIENCE AFFECTED WITH SEXUAL DYSFUNCTION
AND IN A CASE COGNITIVE-BEHAVIORAL COUNSELING*
Hatice YALÇIN, Miyase TAŞKIRAN, Ayşenur ÖZTÜREN.....312

YABANCILAŞAN EMEKTE KİTLE MEDYASI VE REKLAMIN ROLÜ: OTO SANAYİ SİTELERİNDE ÇALIŞAN İŞÇİLER ÜZERİNE BİR ANALİZ <i>THE ROLE OF MASS MEDIA AND ADVERTISING IN ALIENATED LABOR: AN ANALYSIS ON WORKERS WORKING IN AUTO INDUSTRY SITES</i> Metin Enes DÖNMEZ.....	331
SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞMİŞLİK AÇISINDAN BOŞANMA HIZI, DOĞURGANLIK HIZI VE SATINALMA GÜCÜ PARİTESİ FARKLILIKLARI <i>DIFFERENCES IN DIVORCE RATE, FERTILITY RATE AND PURCHASING POWER PARITY IN TERMS OF SOCIAL ECONOMIC DEVELOPMENT LEVEL</i> Oğuzhan PEHLİVAN.....	354
A RESEARCH ON THE FACTORS AFFECTING THE PREFERENCE OF THE DEVICES AND ENVIRONMENTS IN WHICH TELEVISION DRAMAS ARE WATCHED <i>TELEVİZYON DRAMALARININ İZLENDİĞİ ARAÇ VE ORTAMLARIN TERCİH EDİLMESİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</i> Özlem ÇAĞLAN BİLSEL, Seçkin ÖZMEN.....	383
TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR İLE YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİ İLİŞKİSİ: BİR ASİMETRİK ANALİZ <i>THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND RENEWABLE ENERGY CONSUMPTION IN TURKEY: AN ASYMMETRIC ANALYSIS</i> Servet KAPÇAK.....	401

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

CİLT: 15 - SAYI: 3 - Temmuz 2023



DOI Numaraları

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/2023.153

RADİKAL DEMOKRASİ ÜZERİNE KURAMSAL BİR İNCELEME

A THEORETICAL INVESTIGATION ON THE RADICAL DEMOCRACY

Erkan İNAN

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3001

**GİRİŞİMCİ PAZARLAMA: BOYUTLARI, AVANTAJLARI,
ZORLUKLARI VE STRATEJİLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR
ÇERÇEVE**

*ENTREPRENEURIAL MARKETING: A CONCEPTUAL FRAMEWORK ON
ITS DIMENSIONS, BENEFITS, CHALLENGES AND STRATEGIES*

Yasemin GEDİK

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3002

**ÇOCUKLUK YAŞANTILARININ ETKİLEDİĞİ CİNSEL İŞLEV
BOZUKLUĞU VE BİR VAKADA BİLİŞSEL-DAVRANIŞÇI
DANIŞMANLIK**

*CHILDHOOD EXPERIENCE AFFECTED WITH SEXUAL DYSFUNCTION
AND IN A CASE COGNITIVE-BEHAVIORAL COUNSELING*

Hatice YALÇIN, Miyase TAŞKIRAN, Ayşenur ÖZTÜREN

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3003

**YABANCILAŞAN EMEKTE KİTLE MEDYASI VE REKLAMIN ROLÜ:
OTO SANAYİ SİTELERİNDE ÇALIŞAN İŞÇİLER ÜZERİNE BİR
ANALİZ**

*THE ROLE OF MASS MEDIA AND ADVERTISING IN ALIENATED LABOR:
AN ANALYSIS ON WORKERS WORKING IN AUTO INDUSTRY SITES*

Metin Enes DÖNMEZ

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3004

**SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞMİŞLİK AÇISINDAN BOŞANMA
HIZI, DOĞURGANLIK HIZI VE SATINALMA GÜCÜ PARİTESİ
FARKLILIKLARI**

*DIFFERENCES IN DIVORCE RATE, FERTILITY RATE AND PURCHASING
POWER PARITY IN TERMS OF SOCIAL ECONOMIC DEVELOPMENT
LEVEL*

Oğuzhan PEHLİVAN

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3005

**A RESEARCH ON THE FACTORS AFFECTING THE PREFERENCE
OF THE DEVICES AND ENVIRONMENTS IN WHICH TELEVISION
DRAMAS ARE WATCHED**

*TELEVİZYON DRAMALARININ İZLENDİĞİ ARAÇ VE ORTAMLARIN
TERCİH EDİLMESİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA*

Özlem ÇAĞLAN BİLSEL, Seçkin ÖZMEN

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3006

**TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR İLE
YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİ İLİŞKİSİ: BİR ASİMETRİK
ANALİZ**

*THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND
RENEWABLE ENERGY CONSUMPTION IN TURKEY: AN ASYMMETRIC
ANALYSIS*

Servet KAPÇAK

10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3007

RADİKAL DEMOKRASİ ÜZERİNE KURAMSAL BİR İNCELEME

Erkan İNAN

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

erkaninan85@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8950-8251>

<i>Atf</i>	İNAN, E. (2023). RADİKAL DEMOKRASİ ÜZERİNE KURAMSAL BİR İNCELEME. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 259-285.
------------	--

ÖZ

Radikal demokrasi kuramının inşa ve gelişiminde, İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan siyasal havanın etkisi yadsınmaz. Bu süreçte hem sosyalizmin hem de demokrasinin derin bir kriz içerisinde olduğu varsayımı, radikal demokrasinin inşasını beraberinde getirmiştir. Bu kuram sosyalizmin krizini proletarya diktatörlüğü ile demokrasinin noksanlığını ise temsil seviyesinin düşüklüğü ile bağdaştırmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası süreç çift kutuplu dünya düzeni üzerinden okunmaktadır. Kapitalizm ve sosyalizm, iki kutuplu dünyanın temel yönetim anlayışlarıydılar. Demokrasi kavramı her iki kutup için de farklı anlamlar barındırıyordu. Radikal demokrasi kuramının yaratıcıları, demokrasi kavramının kapsamını geliştirme hedefi doğrultusunda yeni bir sosyalizm okuması gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmada; radikal demokrasi kuramının ortaya çıkışı ve gelişimini sağlayan temel dinamiklerin incelenmesi hedeflenmektedir. Çalışmanın birinci bölümünde radikal demokrasi kuramının yöneten – yönetilen ilişkilerini örgütlenme şekline odaklanılmaktadır. Bu bölüm alt başlıklara bölünerek kuramın ana hatları ortaya çıkarılmaktadır. İlk alt başlıkta hegemonya ve kimlik kavramları, Laclau ve Mouffe'un bakış açılarıyla irdelenmektedir. Kimlik ve radikal demokrasi kuramı arasındaki bağ bu bölümde incelenmektedir. İkinci alt başlık müzakereci demokrasi başlığı üzerinden Habermas'a ayrılmıştır. Müzakereci demokrasi anlayışının radikal demokrasinin gelişiminde oynadığı rol bu bölümde tartışılmaktadır. Son olarak ise çokluk kavramına odaklanılmıştır. Radikal demokrasi kuramının sınıf siyaseti ve proletarya diktatörlüğünü reddedişi çokluk kavramı üzerinden ele alınmıştır. Bu doğrultuda Hardt ve Negri'nin çokluk kavramı çözümlerinden

Geliş tarihi: 13.01.2023 – Kabul tarihi: 20.04.2023, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3001
Derleme-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.
Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

faydalanılmıştır. Makalenin bütününde radikal demokrasi kuramının demokrasi ve sosyalizm çözümlmelerine dikkat çekilmiştir. Radikal demokrasi kuramının burjuva demokrasisi ile ilişkisinin dozajının yüksekliği de çalışmada vurgulanan konulardan birisidir. Makalenin genelinde radikal demokrasi kuramının inşa ve gelişimini tetikleyen dinamikler, İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki sosyal ve ekonomik gelişmeler üzerinden ele alınmaktadır. Radikal demokrasi kuramcılarının demokrasi ve sosyalizm okumaları bu gelişmeler üzerinden irdelenmektedir. Buradan hareketle radikal demokrasi kuramının konumlanmış olduğu politik hat ortaya konulmak istenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Demokrasi, Liberalizm, Sosyalizm, Marksizm, Radikal Demokrasi.*

A THEORETICAL INVESTIGATION ON THE RADICAL DEMOCRACY

ABSTRACT

The influence of the political atmosphere that emerged after World War 2 can not be denied in the construction and development of the theory of radical democracy. During this process, the assumption that both socialism and democracy were in a deep crisis led to the construction of radical democracy. This theory reconciled the crisis of socialism with the dictatorship of the proletariat and the inadequacy of democracy in terms of low representation level. The post – World War 2 period is interpreted through the lens of the bipolar World order. Capitalism and socialism were the fundamental governance approaches of two – poled World. The concept of democracy had different meanings for both poles. The creators of the radical democracy theory carried out a new socialism reading in order to expand the scope of the concept of the democracy. This study aims to examine the main dynamics that led to the emergence and development of the theory of radical democracy. The first chapter of the study focuses on the the way in which radical democracy theory organizes the relationship between ruling and ruled class. This chapter is divided into subheadings, revealing the main lines of the theory. The first subheading examines the concepts of the hegemony and identity from the perspectives of Laclau and Mouffe. The connection between identity and the theory of radical democracy is also discussed in this section. The second subheading is devoted to Habermas’s concept of deliberative democracy. The role played by the concept of deliberative democracy in the development of radical democracy is discussed in this section. Finally, the study focuses on the concept of multitude. The rejection of class politics and the dictatorship of the proletariat by the theory of radical democracy is discussed through the concept of multitude. Hardt and Negri’s analysis of the concept of multitude is utilised fort his purpose. The dosage of the relationship between radical democracy and bouygeois democracy is also emphasized as one of the issues addressed in the study. Throughout the article, the dynamics that triggered the construction and development of the theory of radical democracy are discussed through the social and economic developments of the post – World War 2 era. The readings of democracy and socialism by the radical democracy theorists are analyzed through these developments. This process enabled the determination of the political line adopted by the theory of radical democracy.

Keywords: *Democracy, Democracy Liberalism, Socialism, Marxism, Radical Democracy.*

GİRİŞ

Radikal demokrasinin inşa ve gelişim süreçleri birçok tarihsel olay ve koşullar ile yakından ilişkilendirilebilir. İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan politik atmosfer, demokrasi ve sosyalizm kavramlarının yeniden yorumlanmasına olanak sağlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında komünizm ile kapitalizm arasındaki mesafe bir “duvar” boyutuna kadar inmişti. Bu süreçte proleter diktatörlük anlayışı üzerinden sosyalizm, seçim olgusunun ötesine geçemeyen bir temsil anlayışı üzerinden ise demokrasi kavramı tartışma konusu haline gelmişti. Bireylerin, siyasal katılım alanlarından mahrum bırakılması, karar alıcı konumda bulunan kişilerin süreci topluma yayamaması, geniş halk kitlelerinin seçme eylemi ötesinde yönetme eylemlerine müdahale edememesi gibi etkenler, demokrasi kavramının sınır ve sınırlılıklarını tartışma konusu haline getirmiştir. Buradan hareketle gelecekteki demokrasi anlayışının eksik ve yetersiz olduğu görüşü, radikal demokrasi kuramının inşasında önemli rol oynamıştır.

Madalyonun diğer tarafında ise sosyalizm tartışmaları bulunmaktadır. Sınıfsız topluma giden yolda gerçekleştirilen sınıf mücadelesinde proletaryanın merkezde konumlanması, sosyalizm tartışmalarının odak noktası haline gelmişti. Proleter diktatörlük yerine demokrasi, özyönetim anlayışı yerine ise etkin siyasal katılım talebi bu tartışmaların ana gündem maddeleri haline dönüşmüştü. Sovyetlerin Prag’a müdahalesi sonrası oluşan tepkiler, 1968 gençlik hareketleri, öğrenci ayaklanmaları, başta İspanya ve Fransa komünist partileri olmak üzere birçok sosyalist örgütün reel sosyalizmden kopuşu gibi birçok olay bu perspektiften ele alınabilir. İşçi sınıfı merkezli reel sosyalizmden kopuşun ayak izleri yeni yol haritalarının oluşmasını sağladı. Radikal demokrasi kuramının tarifi bu yol haritalarından aranabilir.

Radikal demokrasi, 1960’lı yıllar ile birlikte tarihyazımına girebilecek nitelik kazanmaya başlamıştır. Bu tarihten itibaren geniş halk kitleleri için etkin siyasal katılımın yolları, haklar mücadeleleri başlığı altında toplanmaya başlamıştır. Radikal demokrasinin kuramsallaşma evresinde haklar mücadelesinin önemli bir payı bulunmaktadır. Kadın hakları, çocuk hakları, yaşlı hakları, azınlık hakları, çevre hakları gibi konular üzerinden demokrasi kavramının geliştirilebileceğine olan inanç, radikal demokrasinin kuramsallaşmasını sağlamıştır.

Radikal demokrasi; eşitlik, adalet, katılımcılık, çoğulculuk, özgürlük gibi ilkeler üzerinden temellendirilmiştir. Bu ilkelerin belirlenmesi ve kabulünde 1960’lı yılların koşullarının göz ardı edilmesi güçtür. Sınıfsız toplum tahayyülünün izleri radikal demokrasi kuramında kendisini göstermemektedir. Bunun yerine, geniş halk kitlelerinin yönetme eylemlerine etkin bir şekilde müdahalede bulunabilme-

sinin yolunun açılması, radikal demokrasi kuramının ana gayelerinden bir tanesidir.

Bu çalışmada, radikal demokrasi kuramının inşasında ve gelişiminde rol oynayan düşünsel kaynaklar üzerinden; radikal demokrasinin gelişiminin temel dinamiklerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Birinci bölümde yöneten – yönetilen ilişkilerinin yapısı radikal demokrasi düzleminde ele alınacaktır. Radikal demokrasinin inşasını ve gelişimini etkileyen koşullar bu bölümde irdelenecektir. Radikal demokrasinin yönetme eylemine bakış açısı tartışılacaktır. Hegemonya ve kimlik, müzakereci demokrasi ve çokluk kavramları bu bölümün alt başlıkları olarak irdelenecektir. Radikal demokrasi kuramının bazı yaratıcılarının yöneten – yönetilen ilişkilerini ele alış şekilleri bu bölümde ele alınacaktır. Buradan hareketle radikal demokrasi kuramını inşa eden ve geliştiren düşünürlerden faydalanılarak, kuramın bulunduğu politik hat ve bu hattın oluşmasını sağlayan temel dinamikler belirginleşecektir.

RADİKAL DEMOKRASİ KURAMINDA YÖNETEN – YÖNETİLEN İLİŞKİSİ

Sınıflı toplum yapılarının iki ayrı ucunda egemen ve bağımlı sınıflar yer almaktadır. Bu iki ayrı uç hiyerarşik konumlanma ilişkileri üzerinden birbirleriyle etkileşim halindedirler (İnan, 2022: 2). Lenin (1999: 15), egemen sınıfların tarihin her döneminde bağımlı sınıflar üzerinde tahakküm oluşturabilecek güce sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu güç, toplum içerisinde görev paylaşımının şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Buna göre yönetme eylemi egemen sınıflara; üretme faaliyetleri ise bağımlı sınıflara devredilmiştir.

Toplumsal hayatın düzenlenmesi sürecinde düşün dünyasının şekillendirdiği ideolojiler kilit noktada yer almışlardır. Marks ve Engels, “Alman İdeolojisi” isimli eserde (2013: 52) bir çağın egemen düşüncelerinin her zaman egemen sınıfın düşünceleri doğrultusunda geliştirildiği görüşünü savunmaktadırlar. Yöneten – yönetilen ilişkilerinin örgütlenme şekli yönetme eyleminin yapısını ortaya koyabilmektedir. Yönetme eyleminin yapısı, tarihsel süreç içerisinde önemli dönüşümler yaşamıştır. Eroğul’un da ifade ettiği gibi tarihsel süreç içerisinde yöneten – yönetilen ilişkilerinin örgütlenme şeklini dönüştüren dört büyük devrimden bahsedilebilir. İngiliz Devrimi ile kralın yetkileri sınırlandırılmış ve yöneten – yönetilen ilişkilerinde önemli bir aşama kaydedilmiştir. Temel hak ve özgürlüklerin vurgulanması ise Amerikan Devrimi’nin önemli bir kazanımı olarak görülmektedir. Fransız Devrimi ile genel irade ön plana çıkmıştır. Sovyet Devrimi ile birlikte ise yöneten – yönetilen ilişkilerinde yeni bir döneme girilmiş, geniş halk kitleleri yönetme eyleminin bir parçası haline dönüşmüştür (Eroğul, 2017: 227-228).

Sovyet Devrimi'nin bir sonucu olan geniş halk kitlelerinin yönetme eylemine müdahale edebilme kazanımı, etkisini hemen her yerde göstermiştir. Sosyalist ve kapitalist blok arasındaki rekabet, geniş halk kitlelerinin hak ve özgürlük mücadelelerine olumlu yansımıştır. Hak ve özgürlüklerin kısıtlanmaması gerektiği düşüncesi 1950'li yıllarda bir tohumken, 1960'lı yılların sonuna doğru uçsuz bucaksız bir ormana evrilmiştir. Soğuk Savaş ile başlayan süreç, yöneten – yönetilen ilişkilerinin yapısında dönüşüm isteyen kitleleri açığa çıkarmıştır. Yeni dönem haklar mücadelesi üzerinden şekillenmiştir. Bu süreç demokrasi ve sosyalizm tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Sosyalizmin ve burjuva demokrasinin dönüşüme uğraması gerektiği görüşü, radikal demokrasinin inşasıyla sonuçlanmıştır. 1945 sonrası tarihsel koşulların okunması, radikal demokrasinin gelişimi hakkında önemli ipuçları sunabilir. Liberal demokrasinin sınır ve sınırlılıkları geniş halk kitlelerini yönetme eylemi açısından pasif bir konuma sürüklemektedir. Sosyalizmin ise işçi sınıfı merkezli yapısı ve Çin ve Sovyet deneyimlerinin otoriter yönetim anlayışlarına evrildiği görüşü, radikal demokrasinin gelişiminde önemli rol oynamıştır.

Liberalizm ve Marksizm radikal demokrasi kuramının beslendiği temel kaynaklardan bazılarıdır. Radikal demokrasi kuramı; liberalizm ve Marksizm okumasını demokrasi çözümlemesi üzerinden yapmaktadır. Yunanca kelime köklerinden türetilen ve halkın iktidarı anlamını içerisinde barındıran demokrasi kelimesi kutsal bir role bürünüp günümüze kadar ulaşmayı başarmıştır. Ancak, süreç içerisinde demokrasi kavramının kapsayıcılığı sürekli tartışma konusu olmuştur. Antik Yunan'dan yakın bir geleceğe kadar kadınlar, köleler, mülk sahibi olmayan bireyler ve yabancılar yönetme eyleminin dışında kalmakla birlikte seçme ve seçilme haklarından da mahrum bırakılmışlardır.

1960'lı yılların sonlarından günümüze kadar geçen sürede ise liberal doktrin, yöneten-yönetilen ilişkilerinin yapısında bazı dönüşümler yaşanmasını sağlamıştır. Bu dönüşümler geniş halk kitlelerinin yönetme eylemine müdahale edebilmelelerinde yeni sınırlar ve sınırlılıklar yaratmıştır. Schumpeter'in yöneten – yönetilen ilişkilerini çözümleme şekli liberal sistemin sınır ve sınırlılıklarının çerçevesini oluşturabilmektedir. Ünlü liberal düşünür Schumpeter'in yönetilenlere biçtiği rol (1977: 213); siyasal iktidarın sahibi olacak liderleri seçme ile sınırlıydı. Oysaki liberalizm, kelime anlamı olarak özgürlükten türetilen ve mutlakiyetçi rejimlerin tüm siyasal gücü merkezileştirmesine tepki olarak doğup gelişen bir doktrin olarak ortaya çıkmıştı.

Liberalizmin, sömürü ilişkileri üzerinden örgütlendiği ve toplumsal ilişkileri bu örgütlülük üzerinden inşa ettiği kurumlar aracılığıyla inşa ettiği savı liberal demokrasileri tartışmalı bir konuma sürüklemektedir. Birler, bu tartışmaları, libe-

ralizmin eşitlik kavramı okuması üzerinden ele almaktadır. Birler (2017: 313), liberalizmin eşitlik kavramını fırsat eşitliği kavramı içerisinde ele aldığını savunmaktadır. Ünlü liberal düşünürlerden Hayek'e göre (2009: 209) liberalizm; hedeflerini gerçekleştirmek için çabalayan bireylere fırsat kapılarını sonuna kadar aralayan bir sistemdir. Ancak, bu sistem üretim araçlarına sahip olmayan kesimlere belli başlı güvenceler sunmaktan uzaktır. Sennett'in de belirttiği gibi (2008: 84) liberalizmde geniş halk kitleleri sosyal ve ekonomik anlamda risk kavramıyla yüz yüze bırakılmışlardır. Üretim araçlarının mülkiyeti, sınıf çelişkilerinin bertaraf edilmesi ve yönetme eyleminin dar bir grubun egemenliğinden çıkarılması gibi konular liberalizmin eşitlik anlayışı kapsamına girmemektedir. Bunun sonucunda geniş halk kitleleri yönetme eylemine yabancılaşabilmektedir. Üstüner (2007: 314-15) radikal demokrasiyi, liberalizm ve demokrasi kavramlarının uyumsuz görüntüsünü sonlandırmak üzere tasarlanmış bir kuram olarak ele almıştır. Mouffe da benzer bir açıdan konuya yaklaşarak (2015a: 22-23) liberalizm ve demokrasi arasındaki uyumsuzluğu vurgulamaktadır. Mouffe, bu uyumsuzluğu ortadan kaldıracak stratejinin basit bir müzakereci yöntem sonucunda giderilemeyeceği kanaatindedir. Bu anlayışa göre, liberalizm ve demokrasiyi birbirleriyle bütünleştirebilecek yeni bir kuramın inşa edilmesi ve yöneten – yönetilen ilişkilerinin bu düzlemde yürütülmesi zaruri bir hal almıştır

Liberalizm, yöneten-yönetilen ilişkilerini dönüştürerek demokrasi kavramının yeniden üretilmesinde büyük rol oynamıştır. Liberalizmin, demokrasi kavramı üzerinde kurmuş olduğu hegemonya yeni kuramların ortaya çıkmasını tetiklemiştir.

Üstüner'in de belirttiği gibi (2007: 314) günümüzde demokrasi kavramının sınırları, liberalizm ve liberal demokrasi anlayışları doğrultusunda çizilmiştir. Liberal teori ile kısıtlanmış bir demokrasi anlayışının sosyalizm ile ilişkilendirilme çabaları ise radikal demokrasi kuramının karmaşık bir şekle bürünmesine neden olmuştur. Radikal demokrasi kuramının sosyalizm ve liberalizm ile kurmuş olduğu ilişki, kuramın siyasal konumlanmasını muğlak hale getirebilmektedir.

Radikal demokrasi kuramının birçok teorisyeninin Marksist teori ile bağıntı tespit etmek güç değildir. Ancak, bu teorisyenlerin Marksizm yorumlaması liberal öğretiden destek alarak Marksizm'in aşılması üzerinden temellendirilmektedir.

Marksist kuram; üretici konumundaki geniş halk kitlelerinin sınıf bilinciyle donatılmalarından başlayıp sınıfsız toplum aşamasında son bulan uzun bir yolculuk üzerinden okunabilir. Görüldüğü üzere bu yolculuğun başkahramanı sınıf kavramıdır. Peki, bu kavram bir ideolojinin merkezinde konumlanmayı nasıl başarmıştır? Drowkin'e göre (2012: 19) sınıf kavramı; yaşadığımız çevreden gittiğimiz

okullara, arkadaş ilişkilerimizden yediğimiz yemeklere, müzik zevklerimizden düşün dünyamıza kadar her şeyi içinde barındıran ve bu sebeple bireylerin sosyo-ekonomik durumları doğrultusunda örgütlenen toplumsal ilişkilerin özüdür. Radikal demokrasi kuramı, liberal doktrinin geliştirilmesi gerekliliği üzerinden bir politik hat inşa ederken bu hattın tutarlı bir yol izlemesi adına Marksist anlayışa kökten bir karşı duruş göstermektedir. Bu kuram politik konumlanışını, Marksizm ve Marksist kuramın bilimsel yöntemi olan tarihsel materyalizme karşı eleştirel bir bakış açısıyla belirginleştirmektedir. Bu doğrultuda kuram, Marksist yönetim anlayışının toplumsal ilişkilerin düzenlenmesi konusundaki tezlerini geçersiz kılabilmek adına siyasal özne, özne-nesne ilişkileri ve tahakkümün tarihselliği gibi Marksizm'e kılavuzluk yapan kavramları farklı bir bakış açısıyla ele almaktadır (Kaygalak 2001: 33).

Radikal demokrasi kuramının inşacı ve geliştiricileri, geniş halk kitlelerinin yönetim mekanizmalarında aktif konumda bulunmalarını sağlayacak yegâne anahtarın sınıf mücadelesi olduğu tezini reddetmektedirler. Buna göre; yönetilenlerin, yönetenler ile mücadelelerinin merkezini sınıf kavramı oluşturmamaktadır. Yöneten – yönetilen ilişkilerini sınıf kavramı üzerinden örgütleme, radikal demokrasi kuramcılarının göre hatalı ve eksiktir. Radikal demokrasi kuramına göre sınıf odaklı bir anlayış çağın gerisinde bir yorumlamanın ürünüdür. Kaygalak'ın da ifade ettiği gibi (2001: 33) bu düşünürler Marksizm'i sığ bulmakta ve bu kuramın aşılması gerektiğini deklare etmektedirler. Adaklı'ya göre de (2001: 13) radikal demokrasi kuramı; tarihin dönüştürücü motoru olarak sınıf mücadelesini, sınıfsız toplumun inşasını, işçi sınıfının sınıfsız topluma gidiş sürecindeki öncü rolünü, sosyal, siyasal ve ekonomik yapının devrim ile dönüşümünün sağlanması tezlerini reddetmektedir.

Radikal demokrasi kuramı; demokrasinin geliştirilebilmesi adına toplum içinde bulunan hiçbir kesimin, toplumun inşası ve dönüştürülmesi süreçlerinde diğer kesimler üzerinde hâkimiyet kurabilecek bir konuma erişememesi üzerinden okunabilir (Mouffe, 2015a: 20). Demokrasi kavramının elitler arasında bir yarış olarak çözümlenmesi sonucunda geniş halk kitleleri yönetim mekanizmalarının dışında bırakılmışlardır. Bunun sonucunda liberal demokrasilerin temsil yeteneği tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Radikal demokrasi kuramı ise, farklı kimlik ve grupların siyasal karar alma mekanizmalarında etkin konumda olmaları üzerinden inşa edildiği için liberal demokrasilerin temsil krizine bir tür panzehir olabilme iddiasındadır. Siyasal katılım alanlarının artırılacağı ve yönetilenlerin, yönetme eylemine etkin bir şekilde müdahale edebilecekleri bir ortam üzerinden yöneten – yönetilen ilişkilerinin örgütlenebileceği görüşü, radikal demokrasinin önemli sacayaklarından bazılarıdır.

Marksizm'in aşılması hedefinin örgütlenme süreci, radikal demokrasi kuramının bulunduğu politik hattın belirginleşmesi zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Buna rağmen bu kuramın politik çizgisinin net olduğunu söyleyebilmek güçtür. Üstüner, radikal demokrasi kuramını incelediği makalesine "Liberalizm mi, demokrasi mi? Evet, lütfen!" şeklinde çarpıcı bir başlık kullanarak radikal demokrasi kuramının çelişkili yapısını henüz çalışmasının başında gözler önüne sermiştir.

Radikal demokrasi kuramı, yönetme faaliyetlerinin örgütlenme süreçlerini "çokluk" ve çeşitlilik üzerinden inşa etmeye odaklanmıştır. Bu çeşitliliğin kuramın politik konumlanmasında yaşanan savrulmaların bir nedeni mi; yoksa sonucu mu olduğu tartışma konusudur. Toplumsal grupların bir araya gelerek liberal demokrasiyi güçlendirecek girişimlerde bulunabilmeleri, radikal demokrasi kuramının temelini oluşturmaktadır (Kaygalak, 2001: 33). Bu kurama göre, herhangi bir toplumsal sınıfın baskı ve zor yoluyla siyasal iktidarı ele alması ve bunun sonucunda diğer sınıflar üzerinde egemenliğini ilan etmesi, demokrasi kavramının önce işlevsizleşmesine sonrasında ise ortadan kalkmasına neden olacaktır (Mouffe 2015a: 33-34). Bu bağlamda Laclau ve Mouffe, Marksist teorinin bir kriz sarmalı içerisinde bulunduğu tezini ileri sürmektedirler. Bu tezlerinin dayanak noktalarında ise Almanya Sosyal Demokrat Partisi (SPD) bulunmaktadır. Buna göre; Almanya'daki emekçi sınıfların örgütlü yapısı SPD'nin siyasal erki ele geçirememiş olması ve bu örgütün zaman içerisinde politik konumlanışlarında Marksizm'den liberalizme doğru kayma yaşanması, Marksizm'in işlevsizliğini göstermektedir. Ayrıca, 1873-96 yılları arasındaki büyük ekonomik bunalım ne kapitalizmin sonlanmasını sağlamış ne de sınıfsız toplumun ilk adımlarını atmıştı. Bu yöndeki beklentilerin boşa çıktığını ifade eden Laclau ve Mouffe, reel sosyalizm çözümlerinin hatalı ve eksik olduğunu vurgulamaktadırlar (Laclau & Mouffe, 2012: 46-47).

Liberal demokrasi, geniş halk kitlelerinin yönetme eylemine etkin bir şekilde katılım sağlamalarına mesafeli yaklaşmaktadır. Bunun yanında radikal demokrasi kuramının inşacılarına göre Marksist teori, sınıf odaklı bakış açısıyla toplum içerisinde bulunan çeşitli grupları yok sayabilmektedir. Bu gerekçeler radikal demokrasinin inşasında önemli rol oynamaktadır. Buradan hareketle oluşturulan yol haritaları, radikal demokrasi kuramının yöneten – yönetilen ilişkilerini hangi ilkeler üzerinden örgütleyeceğinin ipuçlarını sunmaktadır (Kaygalak, 2001: 34; Üstüner, 2007: 315-316).

. Laclau ve Mouffe, hegemonya ve kimlik üzerinden yola çıkarak geniş halk kitlelerinin yönetme eyleminde etkin katılımının yollarını aramıştır. Habermas, demokrasinin geliştirilmesi gerekliliğini vurgulamıştır. Buradan hareketle müza-

kereci demokrasi kuramını inşa ederek yöneten – yönetilen ilişkilerinin yapısını dönüştürme uğraşı içerisine girmiştir. Hardt ve Negri ise çokluk kavramını vurgulayarak sınıf siyaseti ve radikal demokrasi arasındaki bağın güçsüzlüğünü vurgulamış, geniş halk kitlelerinin nasıl ve hangi koşullarda yönetenleri etkileyebileceği üzerinde çalışmalar gerçekleştirmiştir.

Hegemonya ve Kimlik: Laclau ve Mouffe

Ernesto Laclau, post-Marksist akımın önde gelen temsilcilerinden biridir. Demokrasinin geliştirilmesi gerekliliği düşüncesinden yola çıkan Laclau, radikal demokrasinin inşasında önemli rol oynamıştır. Laclau'ya göre, toplumsal çatışmaların yaşanmasını sağlayacak alanların varlığı, demokrasinin gelişimi için elzemdir. Laclau'nun kuramına göre, azınlıkların, çoğunluk karşısında siyasal ve kimlikli olarak var olabilmeleri, demokrasinin geliştirilmesiyle mümkün olacaktır. Geniş halk kitlelerinin etkin bir şekilde yönetme eylemine dâhil oldukları, karar alma ve verme süreçlerinde azınlıkların söz sahibi olduğu bir demokrasi, Laclau'nun kuramının önemli parçalarından bazılarıdır.

Post-Marksist akımın önde gelen temsilcilerinden bir diğeri de Chantal Mouffe'dur. Mouffe, Laclau'ya benzer bir şekilde demokrasinin, siyasal çatışma alanları üzerinden geliştirilebileceğini vurgulamaktadır. Geniş halk kitlelerinin etkin siyasal katılımı, Mouffe'un kuramının merkezinde yer almaktadır. Etkin katılımın var olabilmesi de siyasi partilerin, sivil toplum kuruluşlarının, sendikaların ve diğer siyasi aktörlerin politik özne konumuna yerleşmesine bağlıdır.

Laclau ve Mouffe, radikal demokrasi kuramının teorik öncüleri arasında yer almaktadırlar. Laclau ve Mouffe, liberal demokrasinin temsil krizlerini sonlandırmak ve demokrasinin geliştirilebilmesi adına, eşitlik ve özgürlük kavramları okumalarını geniş bir alana yayma yolunu seçmişlerdir. Bu doğrultuda liberalizm ve Marksizm'in eşitlik ve özgürlük anlayışlarının aşılacağı yeni bir doktrin üzerinde durmuşlardır (Okutan, 2006: 87). Laclau ve Mouffe'un eşitlik kavramı okuması, iktisadi olmaktan uzaktır. Bu düşünürler eşitlik kavramını kimlik, tanınma kavramları üzerinden irdelemeyi tercih etmektedirler.

Laclau ve Mouffe'a göre (2012: 287-88) eşitsizlik üzerinden örgütlenmiş toplumsal ilişkilerde demokrasi kavramı aranamaz. Bununla birlikte bu düşünürlere göre, demokrasinin kendisi de eşitsizlik üzerinden örgütlenmiş toplumsal ilişkileri dönüştürebilecek yetilere sahip değildir. Mouffe'a göre komünizmin çöküşü ile birlikte demokrasi şaha kalkmamıştır. Bu süreçte liberalizm okumalarını belirginleştiren birçok durumdan bahsedilebilir. Mouffe (2008: 13) bunlardan bazıları; egemen kimlik dışındaki farklı kimliklerin

yok sayılması, milliyetçiliğin yükselmesi, etnik çatışmaların artması üzerinden ifade etmektedir. Bu bakış açısı liberal demokrasinin geliştirilmesinin gerekliliği üzerinden kurgulanmış ve reel sosyalist yazarlar tarafından eleştiri konusu olmuştur. Bu eleştiriler, komünizmin çöküşü doğrultusunda demokrasiyi arama çalışmalarının, sınıf bilincinin yokluğunun ve sınıfsal ilişkilerin tarihsel süreçte oynamış oldukları rolün görmezden gelinmesinin bir sonucu olduğu üzerinedir (Wood, 2001: 93).

Mouffe'un radikal demokrasi kuramı (2015b: 26-27), demokrasi kavramının işlevsel bir yapıda olabilmesi için siyaset sahnesindeki aktörlerin çatışma içerisinde olması gerekliliği üzerinden inşa edilmiştir. Aksi takdirde siyasi aktörler arasındaki uyuma yapılan aşırı vurgunun kitleler üzerinde siyasal kayıtsızlık yaratacağı ve bunun sonucunda bireylerin siyasal katılım alanlarına dâhil olmak istemeyecekleri varsayımı üzerinden kuram temellendirilmektedir (Mouffe 2015b: 27). Bu doğrultuda bu kurama göre, yönetme eyleminde rol oynayan ya da oynayabilecek yetilere sahip olan gruplar arasında tam bir uyum ortamının oluşmasını engellemek adına, kültürel ve kimliksel açılarından farklı grupların siyaset sahnesinde etkili olmalarının önünü açmak, yönetme eyleminin yapısında keskin dönüşümlerin meydana gelmesini sağlayacaktır.

Laclau ve Mouffe (2012: 288); demokrasi üzerinden inşa edilecek, farklı kimliklerin yönetme eyleminde söz sahibi olabildikleri, eşitlikçi bir anlayışla toplumsal ilişkilerin örgütlendiği yeni bir kuramın Marksizm'in aşılmasında önemli rol oynayacağını vurgulamaktadırlar. Laclau ve Mouffe (2012: 111) bu süreçte kilit nokta olarak eş değerlilik kavramını görmekte-dirler. Buna göre, farklı grupların eşitlik ve özgürlük kavramlarını farklı yorumlamaları sonucu, bu kavramların sınırlarının belirlenmesinde bir uzlaşma ortamı oluşamaz. Eşitlik ve özgürlük anlayışları farklı kimlikler için farklı anlamlar içerebilir. Bu da beraberinde kavramlara yüklenen anlamların değersizleşmesi sonucunu doğurabilir. Bu sorunu ortadan kaldırmak ve demokrasinin geliştirilebilmesi adına radikal demokrasi kuramı, tüm kişi ve grupların kimliklerinin eş değer görüldüğü bir sistemin inşa edilmesi gerekliliği üzerinden oluşturulmuştur (Laclau & Mouffe, 2012: 280).

Bauman'a göre kimlik (2001: 112), ayının, belirsizliğe karşı açmış olduğu bir savaştır. Bu çözümlenmeye göre, birey; kendisini ait hissedemediği, hayata karşı aynı pencereden bakabilecek insanların bulunmadığı bir yaşam alanında kim olduğu üzerinden kimliğini sorgulama gereksinimi duyabilir (Bauman 2001: 112). Birey, sorgulama sonucunda çeşitli kimlikler ile kendisini özdeşleştirerek belirsizlik ortamına son vermek ister. Buna göre ortak kimlik sahibi grupların, diğer grupları yok etme amacı gütmeyen demokrasi çatısı altında çatışmacı bir siyasal alan inşa etmesi, yönetme eyleminin ve siyasal katılım alanlarının zengin-

leşmesine hizmet edecektir. Schmitt'in (2007: 26) biz ve onlardan, dost ve düşmanı icat etmesine benzer bir şekilde kurgulanan; ancak hasımlığın sınırlarının demokrasi çizgisi ile belirlendiği bir yönetme biçimi olarak radikal demokrasi gösterilebilir (Mouffe, 2015a: 115).

Laclau ve Mouffe'a göre (2012: 280-81) demokrasinin geliştirilmesi üzerinden siyasal iktidar karşı yürütülecek hak mücadeleleri; eşitlik ve özgürlük kavramlarının değersizleşmesini önleyeceği gibi toplumsal ilişkilerin de demokratik bir yapı üzerinden örgütlenebilmesine olanak sağlayacaktır. Mouffe, (2015b, 27) liberal demokrasi kuramının geliştirilmesinin topluluk içerisindeki farklı kimliklerin hem kendi aralarında hem de egemen güçler tarafından tanınmalarına bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre farklılıkların egemen güçler tarafından tanınması ve bu grupların siyasal aktör konumuna ulaşabilmelerinin sağlanması, uygulanan siyasal sistemin çatışmacı anlayışı benimsemesiyle mümkün olacaktır (Mouffe 2015b: 27-28). Bu kurama göre, çatışmacı anlayış ile yoğrulmuş bir siyasal sistem, farklı kimlikleri bir tehdit unsuru olarak görmeyecek ve bu da demokrasinin "demokratikleşmesini" sağlayacaktır. Hasımsız bir politik alan yaratma girişimlerinin; farklı kimliklerin yok sayılmasına, demokrasinin elitler arasında bir yarışa indirgenmesine ve siyasal alanların daraltılarak demokrasinin zayıflayacağına hizmet edeceği varsayımı üzerinden bu türden bir çerçeve oluşturulmuştur (Mouffe, 2015a: 114-115).

Laclau ve Mouffe'u daha iyi anlamlandırabilmek adına kuramlarının temelini oluşturan kimlik ve tanınma kavramlarının teorileşme süreçleri irdelenebilir. Bu süreçlerde tanınma kuramının yaratıcısı olan Axel Honneth'in düşünceleri, Laclau ve Mouffe'un politik çözümlerine ayna tutmaktadır. Honneth, kuramının inşası sürecinde düşünsel kaynak olarak Hegel'in tanınma kuramından faydalanmış ve o kuramı geliştirerek günümüze uyarlamayı seçmiştir (Honneth, 1996: 1).

Honneth'e göre (1996: 92-93) toplumsal ilişkilerin düzenlenmesi ve sosyal hayatın yeniden üretimi, tüm bireylerin birbirlerini; siyasal iktidarın ise tüm bireylerin kimliklerini tanıması üzerinden şekillendirilmelidir. Pinkard (2018: 79), Honneth'in tanınma kuramının merkezinde karşılıklılık ilkesi bulunduğunu ifade ederek bu ilke doğrultusunda, Honneth'in kuramını incelemektedir. Bu ilkeye göre liberal demokrasilerin temsil krizinden arındırılmasının temel koşulu; liberal teorinin kutsal attettiği birey statüsüne ulaşımın kişilerin kimlik ve özelliklerine bakılmaksızın, toplum içerisinde herkesin birey statüsüne erişmiş olabilmelerine bağlıdır (Pinkard, 2018: 79). Bu bakış açısıyla doğru orantılı olarak tüm bireylerin kendi çıkarları doğrultusunda bir yaşam alanı oluşturmaları ya da kendi kimliğine yakın gördükleri ile ortak bir amaç doğrultusunda örgütlenmeleri, birey ve grupları siyasal iktidar erki karşısında bazı açılardan özerk bir statüye

sokmaktadır (Pinkard, 2018: 80-81). Laclau ve Zac bu durumu (1995: 21-22) iradenin özerkliği şeklinde değerlendirip, bu koşulları sağlayacak olan özgürlük anlayışına ancak kişinin siyasal özne konumuna kendi kimliğiyle ulaşabilmesi sonucunda varılabileceğini ifade etmektedirler.

Mollaer (2017: 1136), kimlik siyaseti çatısı altında tanınma kuramını, liberal teoride filizlenmiş; buna mukabil liberal teori karşıtlığı üzerinden liberal doktrinin geliştirilmesini hedefleyen bir anlayış olarak ele almaktadır. Robinson'a göre (2019: 32-33) kimlik üzerinden inşa edilen politik hat, yalnızca topluluk içerisindeki kitlelerin yönetim mekanizmalarını elinde tutan ya da bu mekanizmaları yönlendirebilen egemen sınıflar tarafından baskı görmeleri ve sömürülmeleri üzerinden okunmamalıdır. Bu türden tahakküm ve sömürü ilişkileri üzerinden örgütlenmiş bir yapının çözümlemesinde kapitalizmin göz ardı edilmesi beklenemez.

Radikal demokrasi kuramının inşacıları, sosyalizm ve liberalizm çözümlemelerini farklı açılardan gerçekleştirme eğilimindedirler. Mouffe, radikal demokrasinin modern bir felsefe olduğu olduğunu belirtmekte ve bu kuramın liberalizm eleştirisi üzerinden temellendirildiğini ifade etmektedir. Liberalizmin bireycilik, özgürlük ve eşitlik gibi kavramlarının radikal demokrasi kuramıyla birlikte geliştirilerek dönüşüme uğratılması amaçlanmaktadır. Toplumsal çatışmalar, farklılıklar ve çoğulculuk ilkeleri üzerinden liberal teorinin geliştirilebileceği Mouffe tarafından vurgulanmaktadır. Mouffe (1989: 33), modernite ile birlikte demokratik devrimler çağının başladığını ifade etmektedir. Diğer taraftan Mouffe tarafından hegemonya, kimlik, güç gibi kavramlar post modernizm ile ilişkilendirilmektedir. Bireysel kimliklerin çokluğunun vurgulanması yoluyla, radikal demokrasinin sınır ve sınırlılıkları açığa çıkarılmak istenmektedir (Mouffe, 1989: 33-42).

Kaygalak (2001: 36) radikal demokrasi kuramının inşacıları ve geliştiricilerinin Luxemburg, Gramsci gibi Marksist düşünürleri, kendilerine meşruiyet zeminini oluşturabilmek adına Marksist çerçevenin dışına çıkarak yorumladıklarını vurgulamaktadır. Laclau ve Mouffe'a göre (2012: 115) Gramsci'nin hegemonya çözümlemesi, Lenin'in sınıf ittifakları üzerinden geliştirmiş olduğu hegemonya çözümlemesinin ilerisinde bir nosyona sahiptir. Liderlik etmek, yönetmek anlamlarından türetilen hegemonya kelimesi dışarıdan gelecek tehditlere karşı ya da başka grupları yönlendirebilecek yetileri kazanma adına toplumsal özne konumlarından, toplumsal nesne konumuna geçiş yapmalarını sağlayan güç olarak tanımlanmaktadır (Fontana, 2008: 81). Gramsci (2011: 208) işveren, işçi ilişkisi üzerinden hegemon gücün önemini vurgulamaktadır. Buna rağmen Gramsci, Laclau ve Mouffe tarafından eleştirilmektedir. Bu eleştirilerin merkezinde Gramsci'nin sosyalist hareketin merkezine işçi sınıfını yerleştirmesi bu-

lunmaktadır. Bunun sonucunda Laclau ve Mouffe'a göre (2012: 116) Gramsci, sınıf odaklı düşünceyi aşamamış ve bunun neticesinde hegemonya kavramını derinlemesine inceleyememiştir. Laclau'ya göre (2009: 56) hegemonya, siyasal ilişkilerin inşa edildiği yerdir. Laclau, hegemonya mücadelesinde işçi sınıfı merkezli bir hareketin tikel yanını vurgulamaktadır. Laclau'ya göre (2009: 57), işçi sınıfı önderliğinde gerçekleştirilecek bir devrimde toplum içerisindeki tüm gruplar proleterleşmek zorunda kalacaklardır. Bu anlayışa göre tüm toplumun işçi sınıfı çatısı altında incelenebilmesi, Marksizm'in evrensel açıdan çekim merkezi olmasını engellemektedir. Bu kurama göre, örgütlenmenin evrensel bir nitelik taşıyabilmesi için kadın hareketlerinin, azınlıkların, eşcinsellerin, gençlik hareketlerinin, çevreciler gibi birçok kesimi içerisine alan birlikteliklerin, karar alıcı mercileri etkileyebilecek güce ulaşması ve nihayetinde toplumsal dönüşümün aktörleri konumuna erişmesi gerekmektedir (Kaygalak, 2001: 35). Radikal demokrasi kuramının inşacıları; Marksizm'in teoride, liberal doktrinin ise pratikte hatalı olduğu kanısındadırlar. Bu hataların krizlere yol açtığı ve toplumsal düzenin zedelendiği görüşü radikal demokrat düşünürler tarafından ifade edilmektedir. Bu düşünürler meydana gelen krizlerin ortadan kaldırılmasında hegemonya kavramına özel önem vermektedir. Bu süreçte kilit nokta; işçi sınıfının siyasal ve toplumsal dönüşümdeki özne rolünün bertaraf edilmesidir (Laclau & Mouffe, 2012: 184). Mouffe (1983: 23), tarihin hiçbir döneminde proleterler önderliğinde bir devrim gerçekleşmediği görüşü üzerinden kuramının sağlamasını yapmaktadır. Radikal demokrasi kuramcılarının göre, proleter devrimi olarak adlandırılan devrimlerin öncüleri işçi sınıfına dâhil olmayan kişi ya da gruplardan oluşmaktadır.

Radikal demokrasi kuramı; sınıf ittifaklarını, kimlik olgusunu ve bu kimlik sahiplerinin farklı çıkarlara sahip olabileceği varsayımını görmezden geldiği gerekçeleriyle Marksist kuramı aşılması gereken bir hedef olarak ele almaktadır (Laclau & Mouffe, 2012: 99). Marksist kurama göre işçi sınıfının siyasal bilince erişebilmesinin yegâne yolu; proleterlerin toplum içerisindeki tüm ezilen sınıflar ile koordineli bir ilişki ağı kurabilmesi ve bunun sonucunda toplumun yaşam koşulları ve özgül özellikleri doğrultusunda bir örgütlenme biçiminin inşa edilmesinde saklıdır (Lenin, 1992: 103-4). Bu doğrultuda radikal demokrasi kuramının kendisine uygun bir meşruiyet zemini aramak için Marksist teoriye yapmış olduğu bu eleştiriler tartışmalı hale gelmektedir. Kaygalak'a göre, Laclau ve Mouffe'un bu çözümlenmeleri sağlam bir zemine oturmamaktadır. Laclau ve Mouffe'un hegemonya çözümlenmelerinin sağlam bir temele oturamamasının en önemli sebeplerinden biri hegemonya oluşturulma sürecinde zorun oynadığı rolün göz ardı edilmesinde saklıdır (Kaygalak, 2001: 40).

Bu bilgiler ışığında Laclau ve Mouffe'un Ortodoks Marksizm'i dogmatik; liberal demokrasiyi ise geliştirilmesi gereken bir doktrin olarak ele aldığı ve toplumsal ilişkileri bu düzlem üzerinden dönüştürmek istedikleri çıkarımında bulunulabilir (Laclau, 2009a: 311). Mouffe (2015a: 23), liberalizm ve demokrasi kavramlarının eklenmesiyle oluşan radikal demokrasi kuramının, eşitlik ve özgürlük kavramlarını Marksist teori üzerinden okumadığını belirtmektedir. Eşitlik ve özgürlük kavramlarının liberalizm çerçevesi içerisinde irdelenmesi ve bu doğrultuda liberal teorinin geliştirilmesinin hedeflenmesi, kuramın ideolojik konumlanması hakkında fikir vermektedir (Üstüner 2007: 315).

Müzakereci Demokrasi – Jürgen Habermas

Müzakereci demokrasi, Jürgen Habermas'ın en önemli kuramlarındandır. Bu kuramın merkezinde etkin siyasal katılım anlayışı bulunmaktadır. Habermas, yönetilenlerin eşit, adil ve özgür diyalog süreci üzerinden yönetenlerle müzakere edebilmelerinin yollarını aramıştır. Tartışma, diyalog ve uzlaşma müzakereci demokrasi anlayışının temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. Habermas, müzakereci demokrasi kuramı ile uzlaşma ortamının yaratılmasına dikkat çekmektedir. Bu süreçte uzlaşma ortamını sağlayacak temel nüveler bulunmaktadır. Young'un da vurguladığı gibi (1999: 178) müzakere sürecinin yürütülebilmesi adına yönetme eylemine katılan tüm bireylerin, öneri sunma ve eleştiri geliştirme konularında eşit söz haklarına sahip olmaları gerekmektedir. Müzakereci demokrasi kuramının kökleri İkinci Dünya Savaşı sonrası yöneten – yönetilen ilişkilerine, izleri ise Avrupa Birliği'ne kadar dayanmaktadır. Demokrasinin geliştirilmesi gerekliliği fikri üzerinden bu kuram inşa edilmiştir. İnsan hakları, sosyal adalet, hak ve özgürlükler gibi temel ilkeler üzerinden yönetilenlerin yönetme eylemlerine etkin bir şekilde müdahale edebilmelerinin demokrasinin gelişmesine olanak sağlayacağı düşüncesi, Habermas'ı bu kuramı inşa etmeye itmiştir.

Liberal demokrasinin egemen konuma ulaşması demokrasinin kapitalizme eklenmesini beraberinde getirmiş ve bunun bir sonucu olarak kapitalizmin krizleri, demokrasinin yapısal krizleri olarak algılanmaya başlanmıştır (Ataay 2002: 202). Bu soruna karşı çözüm üretmeye çalışan bazı teorisyenler, demokrasi kavramını siyasal katılım kavramıyla eş değer tutma yolunu seçmişlerdir. Bu noktada üretim araçlarının mülkiyetine sahip olmayan geniş halk kitlelerinin güvencesiz ekonomik hayatları görmezden gelinmiştir. Bunun yerine; seçme ve seçilme ile yönetenleri denetleme hakları başta olmak üzere siyasal katılım alanlarının zenginleştirilmesi hedeflenmiştir. Bu hedeflerin demokrasiyi geliştireceği varsayımı ortaya konulmuştur (Yamak & Çalışkan, 2019: 38). Bu sayede, hem sömürülen çoğunluk katılım alanlarına dâhil olarak liberal demokrasi gelişecek hem de egemen sınıfların kazanımlarında önemli bir zedelenme meydana gelme-

yecek ve sistem sürekliliğini koruyabilecekti (Yamak & Çalışkan, 2019: 38-39). Habermas'ın kuramı bu düzlem üzerinden incelenebilir.

Habermas, eleştirel kuramın inşacıları ile birlikte çalışmış bir düşünürdür. Buna rağmen Habermas okuması yalnızca eleştirel kuram üzerinden yapmak güçtür. Habermas'ın beslenmiş olduğu düşünsel kaynaklar çeşitlilik içermektedir. Habermas, siyasal ve ekonomik alanın işçi sınıfı önderliğinde devrim gerçekleştirelerek köklü bir dönüşüme uğratılması fikrine mesafeli yaklaşmaktadır. Ek olarak, Habermas, siyasal belirleyiciliği altyapı yerine kültürel öğelerde arama eğilimindedir (Yamak & Çalışkan, 2019: 51).

Habermas, kamusal alan kavramına özel önem vermektedir. Kamusal alan ve müzakereci demokrasi kavramları arasında da yakın bir ilişkiden söz edilebilir. Habermas, kamusal alanı; bireylerin kendi yaşamlarını ilgilendiren konularda aktif konuma geçebildikleri, farklı çıkar gruplarının rasyonel bir tartışma içerisinde yer bulabildikleri ve nihayetinde ortak kararlar alınabilen mekânlar olarak tanımlamaktadır (Yüksekbaba, 2012: 89). Müzakereci demokrasinin teoriden pratiğe geçebileceği yer olarak, Habermas'ın kamusal alanı gösterilebilir. Habermas, siyaset kavramını da kamusal alan üzerinden zenginleştirmektedir. Bireysel ve kolektif kimliklerin, yönetme eylemi sürecinde kurdukları yakın ilişki ve bağımlılık üzerinden dayanışma kavramına oradan da kamusal alandaki uzlaşmaya uzanan uzun bir yol haritası, Habermas'a göre siyaseti zenginleştirecektir (Keyman, 1999: 140).

Habermas, sosyalist teorinin eşitlik kavramı üzerinden toplumsal ilişkilerdeki dönüşümü sağlama girişimlerini, liberalizmin birey merkezli yapısı üzerinden okumaktadır (Özbank, 2009a: 3). Habermas, bu durumu hukuk kavramı üzerinden örneklendirmektedir. Habermas'a göre (2012: 111) burjuva hukuku, toplumlar içerisinde karşılıklı kabullenme yöntemiyle özgür ve eşit bireyler yaratabilme kabiliyetine sahiptir. Bundan dolayı modern hukukun bireysel hak ve özgürlüklerin savunuculuğunun yanında ortak kimliklerin korunmasına dayalı bir anlayışı da bünyesinde barındırabilmesi için bazı gereksinimlere ihtiyaç duyulmaktadır (Habermas, 2012: 111-112). Bunlardan ilki; anayasal düzlem içerisinde kurumsal bir yapının ortaya çıkarılmasıyla ikincisi ise yönetme mekanizmalarının müzakere yöntemiyle işlevsel bir hale gelmesini sağlamaktır (Habermas, 2012: 112).

Bu anlayışa göre yapılan müdahaleler sonucunda, sermaye birikimi ve geniş halk kitlelerinin çıkarlarının çelişmesi ile oluşan sistemin meşruiyet krizi, yaralarını sarmaya başlayacaktır. Müzakereci anlayışa göre bu krizi tamamıyla iyileştirmenin başlıca yolu; müzakere yönteminin hukuk sistemi tarafından güvence altına

alındığı bir sistem inşa etmek ve bu sistemde siyasal katılım alanlarının tüm yurttaşlara açılmasını sağlamaktır (Yamak & Çalışkan, 2019: 51).

Bunların sonucunda topluluklar arasındaki karar alım süreçleri kolektif bir şekle bürünecek, kamusal alan tüm bireylerin hak ve sorumlulukları ile şekillenecek ve nihayetinde bu süreçten sürekli kendisini geliştiren, katılımcı, çağdaş bir yönetim anlayışı ortaya çıkacak ve demokrasi sürekli gelişen bir anlayış haline dönüşecektir (Özbank, 2009b: 17).

Bu bakış açısı birçok teorisyen tarafından Habermas'ın reel sosyalizme arkasını dönerek anayasal liberalizmi benimsediği şeklinde yorumlanmış ve özellikle Marksist çevreler tarafından eleştiriye uğramasına neden olmuştur (Specter, 2012: 220). Buna rağmen Habermas, liberal demokrasinin birçok açıdan noksan bir ideoloji olduğu görüşünü belirtmekte ve kısmen bu eleştirilere katılmamaktadır. Habermas'a göre (2012: 112) liberal sistemler, yoksulların sınıf siyasetini benimsemelerini önleyebilmek adına onların yaşam standartlarını bir nebze de olsa iyileştirebilecek donanıma sahiptir. Ancak, Habermas'a göre (2012: 112-113) bu sistem geniş halk kitlelerin hak ve özgürlük taleplerini karşılayabilecek yetilere sahip değildir ve bu sebepten dolayı geliştirilmesi elzemdir.

Müzakereci demokrasi kuramı bu çabaların bir ürünü olarak ele alınabilir. Bu kuram; sınıf siyasetine karşı alternatif yollar aramış ve bunun sonucunda liberalizm ve sosyalizmin geliştirilerek dönüşüme uğratılabileceği yargısı üzerinden temellendirilmiştir. Bu kuram, reformist bir anlayış doğrultusunda inşa edilmenin yanında evrensel bir kimliğe bürünebildiklerinin iddiasını da taşımaktadır (Habermas, 2012, s. 112).

Habermas'a göre (2012: 112-13) müzakereci demokrasi anlayışı üzerinden radikal demokrasi kuramını evrensel kılan temel özellikler bulunmaktadır. Bunlar:

- Farklı kimliğe sahip kişi ve grupların hem toplum genelinde hem de siyasal iktidarlar tarafından tanınmaları

- Tanınma sonucunda siyasal katılım alanlarındaki kültürel ve ekonomik ayrımcılıkların son bulması, bu kuramı evrensel bir boyuta ulaştırmaktadır.

Habermas'a göre (2012: 126) liberal demokrasinin geliştirilmesi adına siyasal katılım alanlarının tüm kimliklere açılması ile birlikte;

•Bireyler kendi yaşam alanlarıyla doğrudan ilgileneceklerdir. Bunun sonucun yaşadıkları çevrenin yönetme faaliyetlerine katılım sağlayarak liberalizmin temsil krizi son bulacaktır.

• Ülke sınırları içerisindeki resmi dillerin seçiminden, eğitim – öğretimin yapısına kadar birçok süreç yöneten ve yönetilenler tarafından müzakere edilerek yürütülecek ve bu sayede demokrasi gelişecektir.

Bu müzakereler sonucunda kurumsal yapı güçlenecek ve yasa yapımlarında çoğulcu bir anlayış hâkim olacaktır. Habermas, bu türden bir yapılanmaya örnek olarak Avrupa Birliği’ni göstermektedir (Habermas, 2012: 32).

Habermas’ın Avrupa Birliği’ni tutkuyla savunması ve kuramının uygulama alanı olarak bu birliği görmesi, müzakereci demokrasi kuramının çerçevesini belirginleştirmektedir. Habermas’a göre (2007, 44) Avrupa, ABD hegemonyası altındaki tek kutuplu dünyada ABD ile rekabet edebilecek ekonomik güce ulaşabilme adına hamlelerde bulunmalı ve bunun sonucunda uluslararası ilişkilerde denge ortamının oluşmasına hizmet etmelidir. Bu hedef doğrultusunda, ulusal kimliklerin Avrupalı kimliği içerisinde eritilmesi ve inşa edilen yeni kimliğin tüm Avrupa vatandaşlarını kapsamıyla, Avrupa’nın önce cazibe merkezi ardından ise denge unsuru oluşturacak güce erişmesi Habermas’a göre çok olasıdır (Habermas, 2007: 45).

Bu düşünceler doğrultusunda geliştirilen müzakereci kuram, küresel rekabete dayalı bir uluslararası ilişkiler ortamında hem yerel kimliklerin hem de yerele dayalı Keynesyen politikaların işlevsizliğini vurgulayarak bütünleşmenin ancak piyasalar üzerinden gerçekleşebileceği tezini savunmaktadır (Habermas, 2002: 65). Bu tezin savunulmasında kullanılan argümanlar ise uluslararası örgütlerin siyasal aktör konumuna ulaşmasıyla birlikte yerel kimliklerin güçsüzleşeceği tezi üzerinden temellendirilmektedir. Bu tarz bir örgütlenme yapısına sahip ulus devletlerin kırılma ve hantal finans sektörleriyle uluslararası örgütlere karşı durmaları pek olası değildir. Bu da beraberinde ulus devletlerin uluslararası finans örgütlerine eklenmesini getirmekte ve birliğin temellerinin atılmasını sağlamaktadır (Yamak & Çalışkan, 2019: 52).

Habermas, kendisini ABD karşıtı bir politik hatta konumlandırmaktadır. Bu karşıtlığının ortaya çıkmasını sağlayan düşünsel kaynaklar ya da somut olaylar Habermas ve kuramının çözümlenmesinde kilit rol oynayabilir. Habermas’ın, ABD karşıtlığının temelinde sömürü ilişkileri üzerinden örgütlenen kapitalizm eleştirisi bulunmamaktadır. Habermas’ın ABD karşıtlığı; ABD’nin uluslararası hukuku

çiğneyebilmesi, AB'ye yeteri kadar destek ve değer vermemesi üzerinden şekillenmektedir (Habermas 2007: 51).

Specter, Habermas'ın radikal reformist bir düşünür olduğunu ve kuramının bu doğrultuda okunması gerektiğini ifade etmektedir. Specter'e göre (2012: 222-3); Habermas okumalarının temelinde hukuk ve demokrasi kavramlarının geliştirilmesi yer almalıdır.

Çokluk: Michael Hardt ve Antonio Negri

Antonio Negri ve Michael Hardt tarafından geliştirilen çokluk kuramı, post-modernizm, post-Marksizm ve post-kolonyalizm gibi teorilerden beslenmektedir. Kuramın merkezinde geniş halk kitlelerinin birbirleri ile kurdukları ilişkiler ağıyla yeni toplumsal gruplar yaratabilecekleri varsayımı bulunmaktadır. Kuram, işçi sınıfının toplumsal dönüşümün dinamiği olduğu görüşünü reddetmektedir.

Sömürü ve tahakküm ilişkileri üzerinden örgütlenmiş bir siyasal sistemde bu sistemin ötekileştirdiği kimlikler üzerinden siyasal ve sosyal yapının geliştirilmesinin yollarını aramak birçok tartışmayı beraberinde getirmektedir. Eşitlik anlayışının dışlandığı, acımasız ve sömürüye dayalı çalışma ortamlarının görmezden gelindiği bir toplumda “vardiyalar arasındaki hayatın özgürleştirilmesine yönelik geliştirilen kuramlar”, insan bedeni ve ruhunun liberalizm tarafından uğradığı tahribatlara kayıtsız kalabilmektedir (Rossi, 2018: 121-123). Radikal demokrasinin günümüzdeki popüler temsilcilerinden olan Michael Hardt ve Antonio Negri'nin geliştirmiş oldukları kuram bu çerçevede içerisinde okunabilir. Camfield'in de belirttiği gibi (2014: 91-92) Hardt ve Negri'nin çalışmaları dünya genelinde büyük ilgi uyandırmış ve demokrasi, sosyalizm, liberalizm gibi kavramların çokluk şemsiyesi altında tartışılmasını sağlamıştır.

Kuşkusuz ki başta Avrupa olmak üzere birçok bölgede kendilerinin politik olarak konumlandıkları yerin sol olduğunu iddia eden örgütlerin ve akademik unvana sahip kişilerin Marksist çerçeveden ve devrime olan inançlarından uzaklaşmaları, Hardt ve Negri gibi post-modern dile sahip olan düşünürlere ilginin artmasını beraberinde getirmiştir (Arslan, 2004: 97-98). Hardt ve Negri'nin kuramları toplumsal ilişkilerin çokluk kavramı üzerinden şekillendirilmesine dayanmaktadır. Ortaya koymuş oldukları savın anlam kazanabilmesi adına ise işçi sınıfının siyasal özne konumu bu kuramda reddedilmiştir.

Hardt ve Negri'ye göre (2003: 210) bütün öznelliklerin olduğu gibi işçi sınıfının siyasal özneliği de yapaydır. Bu doğrultudan hareketle, işçi sınıfı yerine çokluğun

egemen güç konumuna ulaşacağı bir örgütlenme biçimi üzerinden bu kuram incelenebilir. Bu kurama göre çokluk kavramı, farklılıklarından arındırılmamış; ancak ortak bir paydada bu farklılıklardan kolektif bir eylem planı oluşturabilen bileşenleri içermektedir (Hardt & Negri, 2004: 114-115). Hardt ve Negri 'ye göre (2004: 116) geliştirmiş oldukları çokluk kuramı, egemenlik kavramına ilişkin bakış açısını değiştirecek olguları içerisinde barındırmaktadır. Yönetme erkini elinde tutan kişi, grup ya da sınıfların egemen güç; diğerlerinin ise yönetilenler olduğu varsayımına bir meydan okuma olarak adlandırdıkları bu kuramda tüm bireylerin çokluk şemsiyesi altında siyasal özne konumuna erişmeleri ve bunun sonucunda yönetme eylemindeki dönüşümler ele alınmaktadır (Hardt & Negri, 2004: 114-115). Bu dönüşümde kimlik mücadelelerine özel önem verilmektedir. Hardt ve Negri (2004: 105) kimlik mücadelesi örgütlenmelerinde; dikey, katı bir hiyerarşik yapının bulunmaması, özerk yönetim anlayışının benimsenmesi ve farklı kimliklerin bir araya gelerek otoriter yönetim anlayışına set çekebilmesinin önemine vurgu yapmaktadırlar.

Kapitalist sistemin neo-liberal çağ ile birlikte yerelden dünya geneline geçiş yapması, sermaye sahiplerinin emekçiler üzerindeki tahakkümünü çalışma ortamlarının dışarısına da taşımış ve kapitalist sistem zaman ve mekân farkı gözetmeksizin geniş halk kitlelerinin yaşamlarını yönlendirici unsur haline gelmiştir (Hardt & Negri, 2004: 116). Buradan hareketle Hardt ve Negri (2004: 117-18) etnik grup, cinsiyet, dil, din, ırk gibi kavramlar üzerinden çokluğa giden yolu inşa edebilmeyi ve kapitalizm üzerinden sömürü ve tahakküm ilişkilerinin gücünü kırmayı hedeflemişlerdir.

Reel sosyalizmin işçi sınıfına vermiş olduğu tarihin dönüştürücü gücü olma rolüne karşın neo-Marksist teorisyenler, proletaryanın siyasal özne konumunu alacağı edecek yeni yollar aramaya koyulmuşlardır. Hardt ve Negri de diğer neo-Marksist teorisyenler gibi proletaryanın siyasal özne konumuna ulaşmasının olanaksızlığını ispatlama gayesi içerisindeyler. Bu doğrultuda emeğin dönüşümüne vurgu yapan Hardt ve Negri, günümüz dünyasında kas gücü gerektirmeyen birçok meslek grubunda çalışan bireyleri maddi olmayan emekçiler; onların üretimlerini ise maddi olmayan mallar şeklinde tanımlamaktadırlar (Hardt & Negri, 2004: 111-112). Üretim süreci girdi ile çıktı arasındaki faaliyetleri kapsamaktadır. Hardt ve Negri'ye göre (2003: 303) çıktının maddi ve kalıcı olmaması, maddi olmayan emek statüsünde incelenmesi gerekliliğini zaruri hale getirmiştir. Buna göre maddi olmayan emek çalışma ortamlarına hapsedilemediği gibi ulus devlet sınırlarını dahi kolaylıkla aşabilmekte ve nihayetinde üretim ilişkilerinde yeni bir döneme işaret etmektedir. Buradan hareketle fabrika, emek, işçi, gibi kavramların günümüz dünyasında bilgi, teknoloji gibi kavramlarla boy ölçüşmeyeceği ve dolayısıyla siyasal özne konumuna işçi sınıfının ulaşamayacağı varsayımı,

kuramın merkezini oluşturmaktadır (Hardt & Negri, 2004: 109-111). Bu kurama göre bilgi, teknoloji, iletişim gibi maddi olmayan mallar ise zaman ve mekân farkı gözetmeksizin yayılabilme özelliklerinden dolayı başta siyaset ve kültür olmak üzere toplumsal ilişkileri düzenleyen birçok alanda köklü dönüşümlerin habercisi konumundadırlar. (Hardt ve Negri 2004: 109-111).

Kuramın temel savlarından biri olan emeğin dönüşümü sürecinin kapitalizmi bilşsel bir boyuta taşıdığı iddiası ve yeni toplum düzenini anlamlandırabilmenin tek yolu olarak bu sürecin doğru okunabilmesi şartları, Marksizm’i kadük gösterme çabalarının bir ürünü olarak yorumlanabilir (Koşar 2018: 207). Koşar’a göre (2018: 210) başta ileri kapitalist ülkeler olmak üzere dünyanın büyük bir bölümünde, maddi olmayan ürünler ve bu ürünleri yaratan emekçiler, her geçen gün sayıları artarak üretim faaliyetlerinin önemli bir aktörü olma yolunda ilerlemektedirler.

Maddi olmayan emek üzerinden günümüzün çalışma koşullarını yorumlayan düşünürlere göre, iş süreçlerinde meydana gelen değişim, kapitalist sistem ve emekçiler arasındaki ilişkilerde de dönüşümler yaratmış ve sermaye sahiplerinin emekçiler üzerindeki tahakkümünü zedeleyecek yeni çalışma alanları ortaya çıkmıştır (Camfield, 2014: 93). Negri’ye göre (2005: 124) iş süreçlerinin değişikliğe uğramasıyla birlikte fikir emekçileri hem iş yerlerindeki hiyerarşik yapılanmalardan hem de sermayenin boyunduruğundan kurtulacaklardır. Buna göre, iş süreçlerindeki değişimle ortaya çıkan birey özgürleşmelerinin çokluk semsiyesi altında topluluk içerisinde farklı kimliklere yayılması sonucunda toplumların özgürleşmesinin önündeki engellerin kalkacağı varsayılır. Bu kurama göre çokluk çerçevesi içerisinde ortak akıl yöntemiyle yeni bir dünya inşa edilir (Negri, 2005: 308).

Ancak, Hardt ve Negri’nin maddi olmayan emek sürecini değerlendirirken esnek çalışma biçimlerinin sömürüyü derinleştirmedeki rollerini, sendikasıız ve güvensiz çalışmanın birey ve toplum üzerindeki etkilerini, iş yeri dışında örgütsüz ve yalnız çalışmanın bireylerde sınıf bilinci oluşumunu nasıl etkileyeceği gibi konular yerine, “somut” bir çıktının olmaması üzerinden emek ve toplum incelemelerinde bulunmaları, eleştiri konusu olabilmektedir (Koşar, 2018: 210).

Hardt ve Negri’nin bu kuramı Marksist birçok yazar ve düşünür için egemenlik kavramının dönüşümünü ele alan bir çalışmadan ziyade teorik olarak birçok muğlaklığı içerisinde barındıran bir eser olarak değerlendirilmektedir (Arslan 2004: 120).

SONUÇ

Siyasi tarih değerlendirmelerinde 1945 ve sonrasına özel önem verilmektedir. İkinci Dünya Savaşı'nın etkileri yeryüzünde hemen her noktada kendisini göstermiştir. Demokrasi kavramı İkinci Dünya Savaşı sonrası ile birlikte ülkelerin başlıca gündem maddesi haline gelmiştir. Liberal demokrasinin geliştirilmesine yönelik tartışmalar, İkinci Dünya Savaşı ile birlikte sosyalist demokrasiye de sıçramıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası Batı blokunu oluşturan ve Hür Dünya ismini alan örgütlü yapı, liberal demokrasinin yayılması hedefi içerisinde sosyalist ideolojiyi baskı unsuru, proleter diktatörlüğü ise çağdışı olarak yorumlamışlardır. Hem liberal demokrasinin hem de sosyalizmin tartışma konusu olması yeni akımların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu süreçte gençlik hareketleri, kadın hakları savunuculuğu, çevre ve azınlık hakları gibi konular gündemin başlıca konuları haline gelmiş ve radikal demokrasi kuramının inşasını tetiklemiştir.

Radikal demokrasi kuramını inşa eden düşünürler benzer bir tarih okuması yapmaktadırlar. Bu okumada; demokrasi kavramının liberalizm çerçevesi içerisinde sınırlandırılmasının kavrama yeni sınırlar ve sınırlılıklar getirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu düşünürlerin bir diğer çözümlemesi ise; Marksizm'in proletarya diktatörlüğü başlığı altında irdelenmesinin, Marksist ideolojinin kapsayıcılığını tartışmalı hale getirdiği yönündedir.

Bu doğrultuda radikal demokrasi kuramı liberal demokrasinin geliştirilmesi gerekliliği üzerinden inşa edilmiştir. Liberal demokrasinin geliştirilmesi adına çeşitli yol haritaları oluşturulmuştur. Bu yol haritaları;

- Kimlik politikaları: Toplum içerisinde farklı kimlik sahibi grupların ötekileştirilmesinin önünün kesilmesi. Hasımsız bir politik ortam yerine anayasa tarafından güvence altına alınmış farklı kimliklerin, hak mücadeleleri yoluyla siyasal katılım alanlarına iştirak etmelerinin sağlanması hedeflenmiştir.

- Müzakere: Yöneten – yönetilen ilişkilerinin anayasal güvence altında müzakere yöntemiyle yürütülmesini sağlamak. Örgütlenme özgürlüğünü toplumun tüm kesimlerine sunmak. Kamusal alanın tüm kimliklere açılmasını sağlamak.

- Çokluk: İşçi sınıfı merkezli bir örgütlenme anlayışının reddini içermektedir. Bu anlayışa göre; toplum içerisinde egemen kimlik dışarısında kalan ötekileştirilmiş kişilerin, ortak bir şemsiyede bir araya gelerek, hak mücadelelerini gerçekleştirebileceği ve yönetme eylemini dönüştürebilecekleri amaçlanmaktadır.

Bu bilgiler ışığında radikal demokrasi kuramının eşitlik ve özgürlük anlayışlarını iktisadi açıdan ele almadıkları çıkarımı yapılabilir. Ortaya konulan bu yol haritalarının Batı demokrasini geliştirmek üzere olduğu açıktır. Bu sayede siyasal katılım alanları ve bu alanlara iştirak edecek kitleler genişleyecektir. Tüm bunlar, radikal demokrasi kuramının liberalizm çerçevesi içerisinde ele alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2001). Post-Marksizmin Kuramsal ve Siyasal Açmazları. *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 13-32.

Arslan, E. (2004). Almanya’da İmparatorluk Tartışmaları: Bayat bir Teori Kokteylinden Tadinca... *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 97-123.

Ataay, F. (2002). Türkiye’de Neo- Liberalizm ve Parlamenter Siyasetin Krizi. *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 199-215.

Bauman, Z. (2001). *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri* (Çev: İsmail Türkmen.; Birinci Baskı). Ayrıntı Yayınları.

Birler, Ö. (2017). *Liberalizm*. İçinde A. Gökhan & A. E. Attila (Ed.), Siyaset Bilimi: Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler (6. Basım). Yordam Kitap.

Camfield, D. (2014). Çokluk ve Kanguru: *Hardt ve Negri’nin Maddi Olmayan Emek Teorisinin Eleştirisi*. (İçinde Sungur Savran, E. Ahmet Tonak, & Kurtar Tanyılmaz (Ed.), Marksizm ve Sınıflar Dünyada ve Türkiye’de Sınıf Mücadeleleri (Birinci Baskı, ss. 91-119). Yordam Kitap Basım ve Yayın.

Drowkin, D. (2012). *Sınıf Mücadeleleri* (Çev: Utku Özmakas; Birinci Baskı). İletişim Yayınları.

Eroğul, C. (2017). *Siyasal Katılma*. (İçinde G. Atılğan & AYTEKİN, E. Attila (Ed.), Siyaset Bilimi: Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinler Arası İlişkiler (6. Basım, ss. 227-237). Yordam Kitap.

Fontana, B. (2008). *Hegemony and Power İn Gramsci*. (İçinde Richard Howson & Kylie Smith (Ed.), Hegemony: Studies in Consensus and Coercion (ss. 80-106). Routledge.

Gramsci, A. (2011). *Hapishane Defterleri* (Joseph A. Buttigieg, Ed.; Çev: Ekrem Ekici, ; Birinci Baskı, C. 1). Kalkedon Yayınları

Habermas, J. (2002). *Küreselleşme ve Milli Devletlerin Akibeti* (Çev: Medeni Beyaztaş; İkinci Baskı). Bakış Yayınları.

Habermas, J. (2007). *Bölünmüş Batı* (Dilman Muradoğlu, Çev.; Birinci Baskı). Yapı Kredi Yayınları.

Habermas, J. (2012). Öteki Olmak Öteki'yle Yaşamak: Siyaset Kuramı Yazıları (Çev: İlknur Aka; 6. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.

Hayek, F. A. (2009). Liberalizm (Çev: Ünsal Çetin). *Liberal Düşünce Dergisi*, 14(55), 197-224.

Hardt, M., & Negri, A. (2003). İmparatorluk (Çev: Abdullah Yılmaz.; Beşinci Basım). Ayrıntı Yayınları.

Hardt, M., & Negri, A. (2004). Çokluk: İmparatorluk Çağında Savaş ve Demokrasi (Çev: Barış Yıldırım, Birinci Baskı). Ayrıntı Yayınları.

Honneth, A. (1996). *The Struggle for Recognition: the Moral Grammar of Social Conflicts*. MIT Press.

İnan, E. (2022). *Demokratik Sosyalizm Modelinde Siyasal Katılım: Türkiye İşçi Partisi (1961 – 1971)*. Urzeni Yayınevi.

Kaygalak, S. (2001). Post—Marksist Siyasetin Sefaleti: Radikal Demokrasi. *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 33-59.

Keyman, F. E. (1999). *Türkiye ve Radikal Demokrasi*. Bağlam Yayınları.

Koşar, M. A. (2018). Hardt ve Negri'nin Maddi Olmayan EmekTeorisi: Eleştirel Bir Bakış. *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 46, 203-224.

Laclau, E. (2009). *Evrenselliği İnşa Etmek* (Çev: Ahmet Fethi Yıldırım – İçinde: Olumsuzluk, Hegemonya, Evrenselliğin Rolü: Solda Güncel Tartışmalar), Hil Yayınları

Laclau, E. (2009). *Kimlik ve Hegemonya: Siyasal Mantıkların Oluşumunda Evrenselliğin Rolü* (Çev: Ahmet Fethi Yıldırım -). İçinde: Olumsuzluk, Hegemonya, Evrenselliğin Rolü: Solda Güncel Tartışmalar), Hil Yayınları

Laclau, E., & Mouffe, C. (2012). *Hegemonya ve Sosyalist Strateji: Radikal Demokratik Bir Politikaya Doğru* (Çev: Ahmet Kardam; 2. Baskı). İletişim Yayınları.

Laclau, E., & Zac, L. (1995). *Aralığı Kapatmak: Siyasetin Öznesi*. (İçinde E. Laclau Ed. & Çev: Ahmet Fethi), *Siyasal Kimliklerin Oluşumu* (Birinci Baskı, ss. 21-56). Metis Yayınları.

Lenin, V. (1992). *Ne Yapmalı? Hareketimizin Canalıcı Sorunları* (Çev: Muzaffer Ardost ; Dördüncü Baskı). Sol Yayınları.

Lenin, V. (1999). *Devlet ve Devrim* (Çev: Süheyla Kaya & İsmail Yarkın; İkinci Basım). İnter Yayınları.

Marx, K., & Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi* (Çev: Tonguç Ok & Olcay Geri-dönmez.; İkinci Basım, C. 1). Evrensel Basım Yayın.

Mollaer, F. (2017). Kimlik Politikasını Yeniden Düşünmek: Çağdaş Tanınma Tartışmasının Birikimi, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. 16(4), ss. 1135 – 1147.

Mouffe, C. (1983). Working-Class Hegemony and the Struggle for Socialism, *Studies in Political Economy*, 12 (1). Ss.7 – 26.

Mouffe, C. (1989). *Radical Democracy: Modern or Postmodern?* (Çev: P. Holdengraber). Duke University Press, 21, 31-45. <https://doi.org/10.2307/827807>

Mouffe, C. (2008). *Siyasetin Dönüşü* (Çev: Fahri Bakırcı, Ali Çolak). Epos Yayınları.

Mouffe, C. (2015a). *Demokratik Paradoks* (Çev: A. Cevdet Aşkın; Üçüncü Baskı). Epos Yayınları.

Mouffe, C. (2015b). *Dünyayı Politik Düşünmek: Agonistik Siyaset*, (Çev: Murat Bozluolcay). İletişim Yayınları.

Negri, A. (2005). *Devrimin Zamanı* (Çev: Yavuz Alogan; Birinci Baskı). Ayrıntı Yayınları.

Okutan, Ç. (2006). Post – Marksist Düşünce de Radikal Demokrasi Teorisi. *Liberal Düşünce Dergisi*. 11(41-42),89 – 99.

Özbank, M. (2009a). Çağdaş Siyaset Kuramının İki Büyük İsmi: John Rawls ve Jürgen Habermas. (İçinde Murat Özbank (Ed.), Neden Demokrasi? Nasıl İstikrar? Rawls—Habermas Tartışması (Birinci Baskı, ss. 3-15). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Özbank, M. (2009b). *Neden Demokrasi? Düşünsel ve Vicdani Çeşitlilik Koşulları Altında Normatif Gereçlendirme ve Siyasal İstikrar Sorunu*. (İçinde: Murat Özbank (Ed.), *Neden Demokrasi? Nasıl İstikrar? Rawls—Habermas Tartışması* (Birinci Baskı, ss. 15-41). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Pinkard, T. (2018). Tanınma Toplumsal ve Politik Düşüncenin Merkezi Olabilir mi?(Ed: Aras Ergüneş), *Felsefelogos*, 3 (70), 79 – 90.

Robinson, W. (2019). Küresel Kapitalist Kriz ve 21. Yüzyıl Faşizmi: Trump'ın Ötesinde, (Çev: Gökhan Demir). *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*. 50, ss.13-36

Rossi, A. (2018). Neoliberal Ruhlar (Çev: Kürşat Kızıltuğ). *Cogito*, 91, 121-153.

Schmitt, C. (2007). *The Concept of the Political*. University of Chicago Press.

Schumpeter, J. (1977). *Kapitalizm Sosyalizm ve Demokrasi: C. 2. Cilt* (Çev: Rasim Tınaz). Varlık Yayınları.

Sennett, R. (2008). *Karakter Aşınması: Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri* (3. Basım). Ayrıntı Yayınları.

Specter, M. G. (2012). *Habermas: Entelektüel Bir Biyografi* (Çev: İsmail Ilgar.; Birinci Baskı). İletişim Yayınları.

Üstüner, F. (2007). Radikal demokrasi: “Liberalizm mi, demokrasi mi? Evet, lütfen!” *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 34, 313-334.

Wood, E. M. (2001). İlişki ve Süreç Olarak Sınıf. *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 92 – 119.

Yamak, S., & Çalışkan, K. (2019). Demokrasinin Krizi mi yoksa Kapitalizmin Krizi mi? Streeck-Habermas Tartışması. *Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi*, 50, 37-70.

Young, I. M. (1999). *İletişim ve Öteki: Müzakereci Demokrasinin Ötesinde*. (İçinde: Ş. Benhabib (Ed.), *Demokrasi ve Farklılık* (ss. 174-196). Demokrasi Kitaplığı.

Yüksekbaba, Ü. (2012). *Habermas ve Kamusal Alan: Burjuva Kamusal İlkesinden İletişimsel Kamusalılığa Geçiş*. On İki Levha Yayıncılık.

GİRİŞİMCİ PAZARLAMA: BOYUTLARI, AVANTAJLARI, ZORLUKLARI VE STRATEJİLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE

Yasemin GEDİK

Bağımsız Araştırmacı, ABD

dr.yasemingedik@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1166-3227>

<i>Atf</i>	GEDİK, Y. (2023). GİRİŞİMCİ PAZARLAMA: BOYUTLARI, AVANTAJLARI, ZORLUKLARI VE STRATEJİLERİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 286-311.
------------	---

ÖZ

Müşteri davranışlarında ve pazar eğilimlerindeki değişimler, güçlü rekabet ortamı ve yeni teknolojilerin ortaya çıkması geleneksel pazarlama stratejilerini yetersiz hale getirmektedir. Bununla birlikte, işletmeler, her zamankinden daha yenilikçi, proaktif ve çevik olma baskısı altındadır. Girişimciler tarafından yönlendirilen, pazar ihtiyaçlarının sezgisel tahminine dayalı olan girişimci pazarlama, müşteri değeri yaratmak için proaktif olmayı, risk yönetimi, sürekli fırsatları takip etmeyi ve yenilikçiliği içeren geleneksel olmayan bir pazarlama stratejisi ve benzersiz pazarlama yöntemlerinin çok yönlü uygulamasıdır. Girişimci pazarlama, belirsiz piyasa koşullarında kullanılan bir değer yaratma, iletme ve teslim etme sürecidir. Girişimci pazarlama, büyüklüğü ve yaşından bağımsız olarak tüm işletmelerde kullanılabilirlikte ve satışları artırma, sürdürülebilirlik ve rekabet avantajı gibi birçok fayda sağlamaktadır. Bu çalışma, girişimci pazarlama kavramı hakkında geniş bir teorik çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma, girişimci pazarlamanın avantajları, zorlukları ve stratejilerini de inceleyerek girişimciler ve pazarlama yöneticilerine ilgili karar verme süreçlerinde yardımcı olmayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Girişimci Pazarlama, Girişimci Pazarlama Boyutları, Girişimci Pazarlama Stratejileri.*

Geliş tarihi: 21.01.2023 – Kabul tarihi: 03.07.2023, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3002

Derleme-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

ENTREPRENEURIAL MARKETING: A CONCEPTUAL FRAMEWORK ON ITS DIMENSIONS, BENEFITS, CHALLENGES AND STRATEGIES

ABSTRACT

Entrepreneurship is an important field of study as it is the locomotive of economic and social development. Changes in customer behavior and market trends, strong competition and the emergence of new technologies make traditional marketing strategies inadequate. Furthermore, businesses are under pressure to be more innovative, proactive and agile than ever before. Entrepreneur-driven, based on intuitive prediction of market needs, entrepreneurial marketing is an unconventional marketing strategy and versatile application of unique marketing methods that includes being proactive, risk management, constant pursuit of opportunities and innovation to create customer value. Entrepreneurial marketing is a process of creating, communicating and delivering value used in uncertain market conditions. Entrepreneurial marketing can be used in all businesses, regardless of size and age, and provides many benefits such as increasing sales, sustainability and competitive advantage. This study focuses on creating a broad theoretical framework about the concept of entrepreneurial marketing. In addition, the study aims to assist entrepreneurs and marketing managers in their relevant decision-making processes by examining the advantages, challenges and strategies of entrepreneurial marketing.

Keywords: *Entrepreneurship, Entrepreneurial Marketing, Entrepreneurial Marketing Dimensions, Entrepreneurial Marketing Strategies.*

GİRİŞ

Pazar eğilimleri ve müşteri davranışlarındaki değişimler, güçlü rekabet ortamı, yeni teknolojilerin ortaya çıkması (Rezvani ve Fathollahzadeh, 2018: 2) geleneksel pazarlama stratejilerini etkisiz hale getirmektedir (Whalen vd., 2016: 2). İşletmeler, azalan tahmin yetenekleri, pazara giriş önündeki daha zayıf engeller, değişen yönetim hedefleri ve değişimi arttıran yeni yapılarla bağlantılı olarak giderek daha riskli ortamlarda faaliyet göstermektedir. Ek olarak, işletmeler, her zamankinden daha yenilikçi, proaktif ve çevik olma baskısı altındadır. Girişimci pazarlama (EM) kavramı, bu değişimden ve işletmelerin artan belirsizlik ve sınırlı kaynaklarla başa çıkma ihtiyaçlarından doğmuştur (Alqahtani ve Uslay, 2020: 1). Bir kavram olarak, EM, ilk kez 1982’de International Council for Small Business and American Marketing Association sponsorluğunda Illinois, Chicago’da bir konferansta tanıtılmıştır (Ionita, 2012: 132) ve genellikle sınırlı kaynaklara sahip, dolayısıyla yaratıcı ve karmaşık olmayan stratejilere dayanan KOBİ’lerin pazarlama faaliyetleriyle ilişkilendirilmiştir (Sadiku-Dushi vd., 2019: 86). Öte yandan Kraus vd. (2010: 20), EM’nin işletmenin büyüklüğü veya yaşı ne olursa olsun, pazarlama faaliyetlerini girişimci bir zihniyetle tanımlayabileceğini öne sürmektedir.

Girişimcilik, ekonomik ve sosyal kalkınmanın lokomotifi olması nedeniyle önemli bir çalışma alanıdır (Guerola Navarro vd., 2022: 2). Tüm ekonomilerin gelecekteki zorlukları ve fırsatları karşılamak için girişimci pazarlamaya ihtiyacı vardır (Gilmore, 2011: 144). EM, son 30 yılda hem akademik çalışmalarda hem de pazarlama uygulamalarında artan bir popülerlik göstermektedir (Ferreira vd., 2019: 868). EM perspektifi, değer yaratma ve sunmanın temel pazarlama süreçlerinin girişimci, yenilikçi ve fırsat odaklı yaklaşımlarla güçlendirildiğini öne sürmektedir. Böylece girişimcilik, müşteri ihtiyaçlarını karşılayan yeni ürünler/hizmetler/deneyimler ve stratejilerde yenilik yoluyla pazar değeri yaratmak için önemli bir araç haline gelmektedir. Bu süreci başarılı bir şekilde yürüten işletmeler, zaman içinde sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmek için daha iyi konumlanabilmektedir (Fiore vd., 2013: 64).

Lam ve Harker (2015: 21), girişimcilik bir işlemenin ruhuysa, pazarlamanın da bedeni olduğunu ve bu nedenle pazarlama ve girişimciliğin birbirinden ayrılmaması gerektiğini vurgulamaktadır. Bir başka ifadeyle, pazarlama faaliyetleri olmadan hiçbir işletme kurulamaz veya hayatta kalamaz; pazarlama ise girişimci bir bağlam veya kültür olmadan operasyonel hale getirilemez (URL-9). EM’nin geleneksel pazarlama faaliyetlerinin yerini almadığını, daha ziyade geleneksel pazarlama yaklaşımlarının tamamlayıcısı olduğunu belirtmektedir. Girişimcilik ve pazarlama arasındaki etkileşimin öneminin anlaşılması, EM kavramının önertilmesine yol açmıştır (Jones ve Rowley, 2011: 26). IPSOS tarafından 2018’de Türkiye’de 500’den fazla kişiyle yapılan araştırmaya göre, katılımcıların %28’i

bir iş kurma deneyimine sahiptir ve %11'i bir hayır kurumu veya topluluk grubu kurmuştur (URL-2). Ayrıca, katılımcıların %39' u çok yüksek girişimci bir ruha sahip olarak sıralanmıştır (URL-3).

EM, önemli bir düşünce okulu haline gelen ve gelişmekte olan bir araştırma alanıdır (Jones vd., 2013: 705). EM ile ilgili ilk literatür, KOBİ'lerde girişimciler tarafından yürütülen pazarlamaya odaklanmış ve bu girişimcilerin belirsizliğin getirdiği zorlukların üstesinden gelmek için EM'yi nasıl kullanabilecekleri sorusunu araştırmıştır. Ardından, EM, toplumsal alanları da içerecek şekilde KOBİ'lerden büyük işletmelere doğru genişlemiştir ancak araştırmacılar EM'nin daha güçlü bir teorik temele ihtiyacı olduğunu vurgulamaktadır. EM ile ilgili araştırmalar parçalanmış ve zayıf bir kavramsal temel üzerine inşa edilmiştir (Petrylaite ve Rusk, 2021: 7; Alqahtani ve Uslay, 2020: 2). Benzer şekilde Saduki-Dushi vd. (2019: 86), EM hakkında çok daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu, literatürde boşluklar bulunduğunu ve hala yaygın olarak kabul edilen bir EM tanımı ve boyutlarının mevcut olmadığını vurgulamaktadır. Öte yandan, Tablo 1, girişimci pazarlama ile ilgili literatürde yapılan çalışmaların bir özetini sunmaktadır.

Tablo 1. Girişimci Pazarlama Literatürü

Yazar(lar)	Bulgular
Hamzah vd., 2022	Pazar ve girişimci yönelimin KOBİ'lerin performansı ile doğrusal (olumlu) ilişkilere sahip olduğu ortaya çıkmıştır.
Wachira vd., 2022	EM'nin KOBİ'lerin performansını olumlu ve önemli ölçüde etkilediği görülmüştür.
Pratika vd., 2022	Covid-19 pandemisi sırasında EM'e yönelik çalışmaların sayısının önemli ölçüde arttığını görülmüştür.
Manishimwe ve Raimi, 2021	(i) Girişimci odaklılık, pazar odaklılık ve yenilik odaklılığın KOBİ'lerin kurumsal performansı üzerinde önemli olumlu etkileri olduğu görülmüştür (ii) EM uygulamalarının KOBİ'lerin genel kurumsal performansı üzerinde olumlu etkileri olduğu görülmüştür.
Polas ve Raju, 2021	(i)KOBİ'lerde teknolojinin yardımıyla girişimcilik fırsatlarından yararlanma ve pazarlama kararları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır; (ii) KOBİ'lerde teknoloji yardımıyla girişimci fırsat geliştirme ve pazarlama kararları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
Teguh vd., 2021	EM'nin, KOBİ'lerin yenilikçi yetenek ve rekabet avantajı üzerinde olumlu ve önemli bir etkisi olduğunu görülmüştür.
Sarwoko ve Nurfarida, 2021	(i) EM'nin işletme performansı üzerinde olumlu bir etkisi vardır (ii) Dışa dönüklük, uyumluluk ve dürüstlük özelliklerine sahip KOBİ sahipleri/yöneticileri, EM'nin uygulanmasını teşvik edebilir (iii) Dışadönüklük, dürüstlük ve deneyime açıklık, işletme performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (iv) EM'nin gelişimini desteklemek için girişimci kişilik özelliklerine ihtiyaç vardır.

Buccieri vd., 2021	Çalkantılı pazarlarda faaliyet gösteren girişimci pazarlamanın, keşif amaçlı inovasyona yönelik faydası doğrulanmaktadır.
Nwankwo ve Kanyangale, 2020	EM boyutlarının KOBİ'lere uygulanmasının başarıyı yenilikçi ve sürdürülebilir bir şekilde önemli ölçüde artıracığı ortaya çıkmıştır.
Alqahtani ve Uslay, 2020	EM, kurumsal performansı olumlu yönde etkilemektedir.
Terzioğlu ve Topuz, 2020	EM'nin işletme performansı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür
Nuvriasari vd., 2020	(i) Pazar yönelimi ve girişimci yönelim, EM üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahiptir (ii) Yenilik, EM'nin pazar yönelimi ve KOBİ performansına aracılık etmede önemli bir rol oynamaktadır.
Lukiyanto ve Wijayaningtyas, 2020	EM, KOBİ'lerin performansını arttıracı araçlardan biridir.
Kanu, 2020	EM, KOBİ'lerin performansını olumlu yönde etkiler; KOBİ'lerin satışlarını, gelirlerini ve pazar paylarını arttırmalarına, büyümelerine ve günümüz rekabetinde ayakta kalmalarına, verimliliği ve müşteri ilişkilerini iyileştirmelerine yardımcı olmaktadır.
Adel vd., 2020	EM stratejisi, KOBİ'lerin performansları üzerine anlamlı pozitif bir etkiye sahiptir.
Sharaei vd., 2020	EM ve paylaşılan değer yaratma, bilgiye dayalı kurumsal sürdürülebilirlik üzerinde olumlu ve önemli bir etkiye sahiptir.
Khourouh vd., 2020	Dinamik yeteneğin ve EM'nin son derece sürdürülebilir rekabet avantajı sağlama eğiliminde olduğu ortaya çıkmıştır.
Hidayatullah vd., 2019	EM, rekabet avantajı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir.
Azmi vd., 2019	Girişimci ağ oluşturma ve EM, işletme performansı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.
Raza vd., 2019	Ünlülerin desteklediği reklamların ve EM'nin satın alma davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.
Fatoki, 2019	(i) Fırsat odaklılık, müşteri odaklılık, kaynak kullanımı ve değer yaratma ile KOBİ'lerin finansal performansı arasında önemli pozitif ilişkiler olduğu görülmüştür (ii) Risk alma, müşteri odaklılık, kaynak kullanımının ve değer yaratmanın KOBİ sahiplerinin kişisel performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu görülmüştür.
Rashad, 2018	EM'nin fırsat odaklı, hesaplanmış risk ve değer yaratma boyutlarının işletme performansı ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya çıkmıştır.
Yüceol, 2018	Risk alma, kendine güven, kontrol odağı ve belirsizliğe tolerans girişimcilik eğilimi düzeyini arttırmaktadır.
Kim ve Kim, 2018	Müşteri değeri yaratmaya yönelik EM çabalarının ve ilişkili risklerin etkin yönetiminin, başarılı sponsorluk programları için vazgeçilmez olduğu ortaya çıkmıştır.

Olannye ve Edward, 2016	Girişimci proaktifliğin, yenilikçiliğin ve girişimcilik fırsatlarının EM'nin göstergeleri olarak tanınmasının rekabet avantajı üzerinde önemli bir pozitif etki sergilediğini ortaya çıkarmıştır (ii) girişimci inovasyonun yeni pazarların gelişimini belirlediği görülmüştür (iii) Yenilik odaklı olmak, firmaların yeni pazarlara, ürünlere ve süreçlere yol açan yeni fikirlere odaklanmasını sağlar. EM, rekabet avantajı üzerinde doğrudan etkisi olan çok boyutlu bir yapıdır.
Hanmaikyur vd., 2016	EM uygulamalarının, KOBİ'lerin satış büyüme performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.
Zhu ve Matsuno, 2016	İşletmelerin yüksek büyüme hızına sahip, oldukça dinamik bir iş ortamında EM stratejilerini benimseme olasılığının daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, işletmenin yenilikçiliğinin ve proaktifliğinin hem pazar genişlemesini hem de sürdürülebilirliği olumlu etkilediğini görülmektedir.
Hamali, 2015	EM'nin proaktiflik, kaynak kullanımı, değer yaratma ve müşteri odaklılık boyutlarının işletme performansı üzerinde önemli ve olumlu etkileri olduğunu görülmektedir.
Janet ve Ngu-gi, 2014	Ürün geliştirme stratejisinin, KOBİ'lerin büyümesini etkileyen EM'nin kritik faktörü olduğu görülmüştür.
Sarma vd., 2013	Daha yüksek düzeyde EM yeteneğine sahip işletmelerin daha yüksek düzeyde iş geliştirme ve sürdürülebilirliğe sahip olduğu ortaya çıkmıştır.
Bulut vd., 2013	EM boyutlarından değer odaklılık ve risk alma odaklılığın yenilik performansı üzerinde ve değer odaklılığın ise finansal performans üzerinde anlamlı ve olumlu etkileri olduğu görülmüştür
Eren vd., 2013	EM'nin proaktiflik ve yenilikçilik boyutları işletmenin finansal performansı üzerinde pozitif bir etki göstermektedir
Becherer vd., 2012	EM boyutları; (i) büyüme hedeflerine ulaşmada, (ii) tatmin edici getiri hedefleri üzerinde, (iii) müşteri ilişkileri üzerinde, (iv) finansal başarı üzerinde, (v) işletme başarısı üzerinde,(vi) işletme sahibinin/yöneticinin kişisel yaşam standardı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.
Öztürk, 2012	EM'nin değer odaklılık boyutunun işletmenin inovatif ve finansal performansı üzerinde ve hesaplanmış risk boyutunun ise işletmenin inovatif performansı üzerinde olumlu ve anlamlı etki yaptığı ortaya çıkmıştır
Szabo vd., 2011	Girişimci davranış genellikle yenilik yapma, değişimi başlatma ve esneklik ve yanıt vermenin güçlü yönlerini sürdürme yeteneği ile ilişkilidir.
Özer, 2011	Kurumsal girişimcilik boyutlarından, proaktiflik, yenilikçilik ve rekabetçi agresifliğin işletmelerinin finansal ve finansal olmayan performansları üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğu görülmüştür.
Peltier ve Scovotti, 2010	Girişimci olmak isteyen ve girişimcilik eğitimi konusunda yeterli hisseden geniş bir öğrenci kesiminin olduğu görülmektedir. EM araçlarına, deneyimsel öğrenme etkinliklerine ve ağ oluşturma fırsatlarına sahip olmanın önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

Langowitz ve Minniti, 2007	Özgüven, fırsat algısı ve yeni bir iş kurma olasılığı arasında güçlü, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu görülmektedir.
Aslan ve Özata, 2007	KOBİ'lerin bilgi teknolojisi kullanım düzeyi ile yenilikçilik, rekabet gücü ve pazarlama kapasitesi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır. Ayrıca, pazarlama kapasitesi ve yenilikçilik, girişimcilik kapasitesini pozitif ve anlamlı biçimde etkilemektedir.
Backbro ve Nyström, 2006	Girişimcilik ve pazarlama arasında da güçlü bir ilişki vardır ve bu ikisini iç içe geçirebilmek, yeni pazarlama yöntemleri bulmanın anahtarıdır. Ayrıca tüm girişimcilere uyan bazı özellikler olduğu ancak herkese uyan tek bir özellik bulmanın imkânsız olduğunu görülmüştür.

Bu çalışma, girişimci pazarlama kavramı hakkında geniş bir teorik çerçeve oluşturmaya odaklanmaktadır. Ayrıca çalışma, girişimci pazarlamanın avantajları, zorlukları ve stratejilerini de inceleyerek girişimciler ve pazarlama yöneticilerine ilgili karar verme süreçlerinde yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bu amaçla öncelikle girişimcilik ve girişimci pazarlama kavramları açıklanmış, ardından geleneksel ve girişimci pazarlama arasındaki farklılıklar, girişimci pazarlamanın boyutları incelendikten sonra çalışma, girişimci pazarlamanın avantajları, girişimci pazarlama karşılaşılan zorluklar ve girişimci pazarlama stratejileri anlatılarak sonlandırılmıştır.

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimci terimi, bir bireyin üstlendiği, denediği, maceraya atıldığı bir eylemi ifade eden Fransızca *entrepreneur* kelimesinden gelmektedir. 18. yüzyılda, Richard Cantillon, girişimci faaliyetleri kapitalist faaliyetlerden ayırmıştır. Ardından, Jean Baptiste Say, terimi, kaynakların düşük üretkenlikten yüksek üretkenliğe geçişiyle ilişkilendirmiştir. 19. yüzyılın ortalarında John Stuart Mill, terime, risk üstlenme ile kâr boyutunu da eklemiş ve 20. yüzyılın başında Joseph Schumpeter, kapitalist rolü girişimcilikten ayırmış ve girişimcilerin sosyolojik olarak farklı bireyler olduğunu savunmuştur (Backbro ve Nyström, 2006: 6). Joseph Schumpeter'in *Capitalism, Socialism and Democracy* eserinde kaotik kapitalizm bağlamında girişimcilerin değişim ajanları olarak rolüne vurgu yapmasından bu yana girişimcilik büyük bir ilgi görmüş ve çok sayıda araştırmacı, girişimcilerin değişim peşinde koşan yenilikçiler ve karar vericiler olarak hareket ettiği bu bağlamı araştırmaya başlamıştır (Kim ve Kim, 2018: 5).

Yenilikçilik, bir işletmenin mevcut güçlü yönlerini kullanmak yerine aktif olarak yeni fırsatlar araması ve dolayısıyla müşteri beklentilerini aşması anlamına gelir. Girişimcilik kavramı, riskleri ve farklı düşüncüyü engelleyen yapısal sınırlamalardan bağımsız olarak, yaratıcılığı teşvik etmek ve yeni fikirleri keşfetmek için kendi yolunu oluşturma özgürlüğü gerektirir (Rezvani ve Fathollahzadeh, 2018: 4). Girişimciliğin ilk tanımları davranışsal niteliklere odaklanmış ve girişimciyi,

bir şeyleri yapmanın farklı yollarını, yeni yöntemler ve pazarlar arayan değişimin bir aracısı olarak tanımlamıştır. Drucker (1986), inovasyonun, girişimciliğin gerekli bir parçası olduğunu vurgulamaktadır (akt. Stokes, 2000: 4). Girişimcilik, bir bireyin/grubun, bir pazardaki fırsatları belirlemek ve kullanmak için gereken kaynakları elde etme çabalarını içerir. Ginsberg (1985), ürün/hizmet yeniliklerine vurgu, çevresel taleplere uyum sağlama ve esnek olma yeteneğinin KOBİ'lerde girişimci yönelimin başarısını arttırabileceğini belirtmektedir (akt. Hill & Wright, 2000: 26).

Bir girişimcinin bakış açısından pazarlama, muhasebe, finans veya insan kaynakları yönetimi gibi örgütsel bir işlev değil; sosyal, kişisel bir faaliyet ve işletmenin temelidir. Hills vd. (2008), girişimcileri, diğer ekonomik aktörlerin yapma eğiliminde olmadığı, çalkantılı piyasalar yaratma ve bunlardan yararlanma ile karakterize etmektedir (akt. Guerola Navarro vd., 2022: 3-4). Carson vd. (1995), girişimcilik yetkinliklerini dört temel grupta incelemektedir: (i) Sektör ve iş deneyimi, (ii) pazar fırsatlarını veya personel atamaları belirleyebilme konusunda güçlü bir muhakeme yeteneği, (iii) organizasyon yönetimi için iletişim becerileri, (iv) ürün pazarı hakkında bilgi olarak tanımlamaktadır (akt. Collinson & Shaw, 2001: 6). Öte yandan, geleneksel pazarlama yetkinliklerinden farklı olarak, girişimcilik yetkinlikleri, farklı yetkinliklerin bir karışımından oluşur. Temel girişimcilik yetkinlikleri; kavramsal beceriler (iş modelleri, kuruluş hedefleri, stratejiler, öncelikler ve operasyonel planlar oluşturma yeteneği), yenilik becerileri (yeni eylem yollarını seçme ve takip etme yeteneği, farklı ve geleneksel olmayan düşünme) ve uygulama becerileri (tasarlanan strateji ve planları yürütme veya uygulama becerisi) olarak sıralanabilir (Ionita, 2012: 143).

GİRİŞİMCİ PAZARLAMA KAVRAMI

EM, mevcut kontrol edilen kaynaklara bakılmaksızın yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve fırsatların peşinde koşmayı dikkate aldığı için girişimci bir zihniyetle pazarlama olarak düşünülebilir. Başarılı bir EM, özellikle yenilikçilik, yaratıcılık, satış, pazara yoğunlaşma, ağ oluşturma veya esnekliği kullanarak ilişkiler yoluyla müşteri değeri oluşturur (Fink vd., 2020: 150). Morris vd. (2002: 5), EM'nin pazarlamacıların proaktif olarak hedef müşteriler için değer yaratmanın ve müşteri sermayesi oluşturmanın yeni yollarını aradığı fırsatçı bir bakış açısını temsil ettiğini belirtmektedir. Girişimcilik süreci, bağımsız olarak veya bir işletmede çalışan bireylerin, daha verimli veya etkili araçlar ve/veya sonuçlar sağlayan inovasyon yoluyla müşteri ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıkları faaliyetler bütünüdür (Webb vd., 2011: 539).

Gods (2019: 5), EM'yi, müşteriler, girişimciler, pazarlamacılar, paydaşlar ve genel olarak toplum tarafından değer yaratan, iletişim kuran ve onlara değer katan yenilikçi, proaktif ve risk alma faaliyetlerinin bir bileşimi olarak tanımlamakta-

dır. EM sadece B2C firmalarıyla sınırlı değildir, aynı zamanda ağlar ve inovasyon yoluyla değer yaratmak için EM'ye ihtiyaç duyan B2B organizasyonlarını da içermektedir. EM ayrıca ürün yaşam döngüsünün tüm aşamalarıyla ilgilidir ve pazara sunma hızını arttırabilmektedir (Alqahtani ve Uslay, 2020: 2). Bununla birlikte, literatürde genel olarak kabul edilen tek bir EM tanımından bahsetmek mümkün değildir. Tablo 2, EM tanımlarının bir özetini sunmaktadır.

Tablo 2. Girişimci Pazarlama Tanımları

Yazar(lar)	EM Tanımı
Alqahtani ve Uslay, 2020: 3	EM, kaynaklardan pragmatik bir şekilde yararlanan, ağları kullanan ve yenilikçi birlikte oluşturma fırsatlarından proaktif olarak faydalanmak ve müşteriler, çalışanlar ve platform ortakları dâhil paydaşlara değer sağlamak için kabul edilebilir riskler alan çevik bir zihniyettir.
Hidayatullah vd., 2019: 1300	EM, müşteriler için değer yaratma ve iletişim kurma, sürekli yenilik, ölçülebilir risk alma ve proaktivite ile karakterize edilen ve işletmeye fayda sağlayan müşterilerle ilişkilerin nasıl yönetileceğini içeren bir süreçtir.
Andersson vd., 2018: 205	EM, risk yönetimi, kaynak kullanımı ve değer yaratmaya yönelik yenilikçi yaklaşımlar yoluyla kârlı müşterileri elde etmek ve elde tutmak için fırsatların proaktif olarak belirlenmesi ve kullanılmasıdır.
URL-9	EM, müşterilerine fayda sağlamaya, iletmeye ve sunmaya odaklanan bir organizasyon işlevidir. EM, yöneticiler için müşteri ilişkilerini geliştirirken aynı zamanda kuruluşa ve paydaşlarına bir değer önerisi sağlayan uygulamaları da içerir. EM, hedeflerine yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik yoluyla ulaşır.
Franco vd., 2014: 269	EM, belirsiz piyasa koşullarında fırsatları takip eden işletmelerin pazarlama süreçlerini tanımlamaktadır.
Sole, 2013: 29	EM, pazarlama işlevlerine girişimci bir yaklaşıma atıfta bulunur. EM, müşteriler için değer yaratma, iletişim kurma ve sunma süreçlerine yenilikçi, proaktif ve risk alma yaklaşımını ifade eder.
Ionita, 2012: 147	EM, belirsiz iş ortamlarında kullanılan bir değer yaratma, iletmeye ve teslim etme süreçleridir. EM, bir engelin üstesinden gelmek için bir yaklaşım veya bir zorluğa yanittir.
Morrish, 2011: 110	EM, hem girişimcinin hem de müşterinin temel aktörler olduğu ve pazarlama ortamında birlikte değer yaratan arttırılmış bir süreçtir.
Kraus vd., 2010: 26	EM, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ile karakterize edilen ve müşterilere değer yaratmak, iletmeye ve sunmak ve müşteri ilişkilerini kuruluşa ve paydaşlarına fayda sağlayacak şekilde yönetmek için bir organizasyonel fonksiyon ve bir dizi süreçtir. Ayrıca, mevcut kontrol edilen kaynaklar olmadan gerçekleştirilebilir.

Backbro ve Nyström, 2006: 13	EM, girişimcilik ve pazarlama arasındaki örtüşen yönlerdir. EM, değer yaratmak için yeni pazar fikirlerini oluşturmaya ve teşvik etmeye çalışan herhangi bir kişi ve/veya kuruluş tarafından gösterilen davranıştır.
Bjerke ve Hultman, 2004: 15	EM, girişimcilik yoluyla büyüyen küçük firmaların pazarlamasıdır.
Morris vd., 2002: 4	EM, girişimcinin planlanmamış, doğrusal olmayan, vizyoner pazarlama eylemlerini tanımlamaktadır.
Morris vd., 2002: 5	EM, risk yönetimi, kaynak kullanımı ve değer yaratmaya yönelik yenilikçi yaklaşımlar yoluyla kârlı müşterileri elde etmek ve elde tutmak için fırsatların proaktif olarak belirlenmesi ve kullanılmasıdır.
Hill ve Wright , 2000: 25	Girişimci pazarlama'nın sadece bir yenilikçi kavramın aksine bir organizasyonun faaliyetleri ve davranışlarında yansıtıldığı şekliyle pazarlama kavramının uygulanması olduğunu öne sürmektedir.

EM, çevresel değişikliklerin önemli ve kaynakların sınırlı olduğu durumlarda en etkili pazarlama araçlarından biri olarak önerilmektedir (URL-9). Sole (2013: 34), EM'nin, büyüklükleri veya yaşlarından bağımsız olarak her sektördeki işletmeler tarafından uygulanabileceğini savunmaktadır. Benzer şekilde, Kilenhong vd. (2016: 14), KOBİ'lerin daha büyük işletmelerden daha yüksek seviyede EM davranışları sergilemediğini tespit etmiştir. Öte yandan, Jones ve Rowley (2011: 26), kavramın özellikle küçük işletme bağlamına uygun olduğuna dair genel bir kabul olduğunu iddia etmektedir. İşletme büyüklüğü önemli bir belirleyici olmasa da özellikle KOBİ'ler sınırlı kaynak sorununun üstesinden gelmek için girişimci pazarlamaya güvenmektedir. (Buccieri vd., 2021: 4).

EM, müşteri odaklı olmaktan (pazar ihtiyaçlarının değerlendirilmesiyle yönlendirilen) ziyade yenilik odaklı (fikirler ve sezgiler tarafından yönlendirilen) olma eğilimindedir ve resmileştirilmiş araştırma ve istihbarat sistemleri yerine resmi olmayan ağları kullanmaktadır (Morrish, 2011: 112). EM, proaktif bir yönelimi, fırsatları odaklılığı ve risk yönetimini içerir. Girişimci firmalar rekabet avantajı elde etmek için sürekli olarak yeni yollar aramak zorundadır. Bu, üretim veya pazarlamada yerleşik yöntemlerde değişiklik yapma ihtiyacının gerekli olduğu noktadır (URL-4). Bununla birlikte, EM'de girişimci veya işletme sahibi/ yönetici pazarlamanın merkezinde yer alır. Kararlar, kişisel hedeflerle ve uzun süreli performansla bağlantılıdır. Özelleştirilmiş bir ürün/hizmet yelpazesi ile daha küçük pazar nişlerini kullanılmaktadır. Ek olarak, EM, kişisel itibar ve güvene dayalı pazarlama yöntemidir (Abdul Rahim ve Saad, 2015: 136-137). Öte yandan, Şekil 1, EM'nin temel özelliklerini sunmaktadır.



Şekil 1. Girişimci Pazarlamanın Özellikleri

Kaynak: Hills ve Hultman, 2013: 441

GELENEKSEL PAZARLAMA VE GİRİŞİMCİ PAZARLAMANIN KARŞILAŞTIRILMASI

Omura vd. (1993), tutarlı bir çevrede faaliyet gösteren, pazar koşullarının istikrarlı olduğu ve işletmenin açıkça belirlenen müşteri ihtiyaçlarını karşıladığı geleneksel pazarlamanın aksine, EM'nin, belirsiz bir ortamda faaliyet gösteren, piyasa koşullarının istikrarsız olduğu ve müşteri ihtiyaçlarının henüz belirsiz olduğu durumlarda kullanıldığını belirtmektedir (akt. Collinson ve Shaw, 2001: 1). EM konsepti, pazar ihtiyaçlarının sezgisel bir şekilde tahmini ile yeniliklere ve fikirlerin geliştirilmesine odaklanırken geleneksel pazarlama, müşteri ihtiyaçlarının kapsamlı bir değerlendirmesinin ürün/hizmet geliştirmeden önce geldiğini varsaymaktadır. Girişimciler, geleneksel pazarlamanın yukarıdan aşağıya segmentasyon, hedefleme ve konumlandırma süreçleriyle değil, aşağıdan yukarıya bir yaklaşımla müşterileri hedeflemektedir (Stokes, 2000: 13-14). Geleneksel pazarlama, müşteriyi pazarlama faaliyetlerinin merkezi olarak görüp hedef pazarın ihtiyaçlarına odaklanırken (Rezvani ve Fathollahzadeh, 2018: 3), EM'nin odak noktası sadece müşterilerle kurulan ilişki değil, aynı zamanda müşterinin değer verdiği faydaları sağlayabilecek ürün/ hizmetlerin mevcudiyeti yani yenilikçi değer üretimidir. Bu yaklaşım, henüz karşılanmayan müşteri ihtiyaçlarını fark ederek ve müşteriler için en yüksek değeri sağlamak için benzersiz kaynakları bir araya getirerek başarılabilir (URL-9).

Geleneksel pazarlama teorisi, firmanın mevcut kaynaklarının verimli kullanımına odaklanırken, EM’de eylemler, hâlihazırda firma tarafından kontrol edilen kaynaklar tarafından kısıtlanmaz (Andersson vd., 2018: 205). Girişimci pazarlamacılar, etkileşimli pazarlama yöntemlerini tercih ederler, mevcut müşterilerle yakın çalışırlar ve yeni müşteriler bulmak için ağızdan ağza iletişime güvenirler (Stokes, 2000: 14). Benzer şekilde, Adel vd. (2020: 3), girişimci pazarlamanın interaktif ve müşteriye takip etmek yerine yönlendiren sürekli yenilik özelliğine vurgu yapmaktadır. Geleneksel pazarlama, planlı resmi bir pazar araştırması sürecini içerir. Buna karşılık, girişimci pazarlama davranışı plansızdır, gayri resmidir ve uygun bilgileri almak için sahadaki insanlara güvenir. EM, risk toleransını, yenilikçiliği ve proaktif bir yaklaşımı içerir. Ayrıca yetenek geliştirme, tasarımlar ve teknoloji geliştirme ve pazarlama açısından yönetim desteğine ihtiyaç duyar. Yenilikler yoluyla cazip pazarlama fırsatlarından yararlanarak EM, olağanüstü değer yaratan ürün ve hizmetler üretir (URL-9). Öte yandan, Tablo 3, geleneksel ve girişimci pazarlama arasındaki temel farklılıkları açıklamaktadır.

Tablo 3. Geleneksel Pazarlama ile EM Arasındaki Farklar

	Geleneksel pazarlama	Girişimci Pazarlama
Stratejik yönelimler	Müşteri odaklı (pazar odaklı)	İnovasyon odaklı (fikir odaklı)
Strateji	Yukarıdan aşağıya yaklaşım: segmentasyon, hedefleme, konumlandırma	Aşağıdan yukarıya yaklaşım; dar bir müşteri tabanını hedefleme
Yöntem	Pazarlama karması (4/7 P’ler)	Etkileşimli pazarlama yöntemleri, kulaktan kulağa iletişim, doğrudan satış, yönlendirmeler
Pazar istihbaratı	Resmileştirilmiş araştırma ve istihbarat sistemleri	Gayri resmi ağ oluşturma ve bilgi toplama

Kaynak: Ionita, 2012: 138

GİRİŞİMCİ PAZARLAMANIN BOYUTLARI

EM, son derece belirsiz piyasa koşullarında işletmelerin ilgili, rekabetçi ve başarılı kalması için kritik bir araçtır (Alqahtani ve Uslay, 2020: 1). EM, fırsat odaklılık, proaktif faaliyetler, müşteri yoğunluğu, risk alma, sahip olunan kaynakların artması, katma değerli işletmelerin yaratılması ve sürekli inovasyondan oluşur. EM’nin oluşumuna en büyük katkı, her zaman vizyon ve misyonu gerçekleştirmenin yollarını arayan, sorunları öngören ve fırsatlar yaratan proaktifliktir (Hidayatullah vd., 2019: 1300). Bununla birlikte, EM alanı, girişimci pazarlamanın boyutları konusunda henüz bir fikir birliğine varamamıştır (Bucciari vd., 2021:

4). Morris vd. (2002: 5), EM'yi yedi temel boyuta ayırmaktadır: Bunlar, proaktiflik, hesaplanmış risk alma, yenilikçilik ve fırsat odaklılık, kaynak geliştirme, müşteri odaklılık ve değer yaratmadır. Ayrıca, değer yaratma, yaygın olarak kabul edilen girişimcilik tanımlarının temel bir unsurudur çünkü piyasa değeri iletmeyen yenilikçi çabalar ticari potansiyelden yoksundur.

Amjad vd. (2020: 5), Moris vd. (2002) çalışmasını temel alarak yaptıkları analizde, söz konusu yedi boyuta meşruiyeti de ekleyerek, EM'yi sekiz temel boyutta incelemiştir Fiore vd. (2013: 79), EM için dört boyut tanımlamıştır. Bunlar: (i) Fırsat farkındalığı, (ii) müşteri odaklı yenilik, (iii) değer yaratma ve (iv) risk yönetimidir. Benzer şekilde Sullivan-Mort vd. (2012), EM'yi, fırsat yaratma, müşteri odaklı yenilikçi ürünler, kaynak geliştirme ve gelişmiş performans sonuçları elde etmek için stratejik olarak kullanılan meşruiyet olmak üzere dört boyutta incelemiştir. Nwankwo ve Kanyangale (2020), EM için dokuz anahtar boyut belirlemiştir. Bunlar; yenilikçilik, proaktiflik, hesaplanmış risk alma, kaynak geliştirme, müşteri yoğunluğu, değer yaratma, pazar algılama, ittifak oluşturma ve ekip çalışmasıdır. Ayrıca, EM boyutlarının KOBİ'lere uygulanmasının başarıyı yenilikçi ve sürdürülebilir bir şekilde önemli ölçüde artıracığını bulmuştur. Öte yandan, Crick (2019: 6-7), EM'nin en önemli boyutlarını şu şekilde açıklamaktadır:

* Proaktif bir yönelim, girişimcilerin iş stratejilerini tasarlarken ve uygularken, rekabetçi iş ortamlarını etkilemek için cesur adımlar atmaya hazır olma derecesidir.

* Fırsat odaklılık, girişimcilerin rekabet avantajı elde etmenin yeni yolları için rekabetçi iş çevrelerini incelemesidir

* Müşteri yoğunluğu, müşterilerle ilişkileri geliştirme ve sürdürme derecesini ifade eder

* İnovasyon odaklı davranışlar, yaratıcı teknolojik süreçler tasarlama ve uygulama yollarını içerir

* Risk yönetimi, girişimcilerin stratejilerin başarısızlıkla sonuçlanma olasılıkları konusundaki farkındalıkları ve finansal kayıpları azaltmak attıkları adımlar ile ilgilidir

* Kaynak geliştirme faaliyetleri, girişimcilerin rekabetçi stratejilerini uygulayabilmeleri için finansal ve finansal olmayan varlıklarını kullanmasını içerir; doğru stratejiler ve yönetimle kurumsal performansı en üst düzeye çıkarmaya yardımcı olur.

* Değer yaratma, işletmelerin müşterileri için değer yaratma yollarına odaklanır.

GİRİŞİMCİ PAZARLAMANIN AVANTAJLARI

EM, yaratıcı risk yönetimi, kaynak geliştirme ve değer yaratma yaklaşımları aracılığıyla müşteri kazanmak ve ilişkileri sürdürmek için fırsatların sistematik olarak saptanması ve kullanılmasıdır (Pratika vd., 2022: 285). Potansiyel fırsatların algılanması, uzun süredir girişimciliğin kalbi olarak anılmaktadır (Hills ve Hultman, 2013: 442). Olumsuz çevresel etkinin üstesinden gelme ve rekabet avantajı elde etmede dinamik yetenekler geliştirmenin yollarından biri, değişim, karmaşıklık, kaos ve kaynakların azalması çağında EM'yi uygulamaktır (Khouroh vd., 2020: 712). EM kavramı, inovasyon ve fikirlerin geliştirilmesine odaklanır ve müşterileri için aktif olarak yenilikçi seçenekler arayan işletmeler için önemli bir rekabet avantajı sağlayabilir (Rezvani ve Fathollahzadeh, 2018: 4). EM kavramının en büyük avantajlarından biri, sürekli değişen bir çevreye yanıt verebilmektir. Sınırlı mali kaynaklara sahip olan ve pazar araştırmasına daha az zaman ayırabilen işletmeler, ağırları içindeki ilişkileri daha fazla kullanarak dış çevre ile ilgili bilgi toplayabilir. Bu nedenle, KOBİ'ler için ağ oluşturmak kritik önem taşımaktadır (Backbro ve Nyström, 2006: 10-11).

EM'nin önemli bir düşüncesi, yenilikçi teklifler yaratmak için uygun fırsatları tespit etmektir. Erken aşamalarda, hedef pazarların gizli ihtiyaçları ortaya çıkarılmakta ve bir ürün/hizmet sunumuna dönüştürülme olasılığına göre değerlendirilmektedir. EM, inovasyonun odağı genellikle sorunlara henüz geliştirilmemiş çözümlerde ihtiyaçlarını kolayca ifade edemeyen kullanıcılar olduğu için yeni teknolojik keşifler sağlar (Buccieri vd., 2021: 5). Teofilus vd. (2020), EM'nin KOBİ'lerin yenilikçi performansı üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu bulmuştur. Öte yandan, girişimci işletmeler, pazar eğilimlerini, pazar konumlandırmasını ve müşteri ihtiyaçlarını anlama ve bunlara yanıt vermeyle ilgili benzersiz bir dizi pazarlama yetkinliğine ve yeteneklerine sahiptir (Fiore vd., 2013: 64). Ek olarak, pazarlamaya girişimci bir yaklaşım, işletmelere fırsatları belirleme ve kullanma ve pazarlama çabalarını yönetme becerilerinde yardımcı olmaktadır (Ferreira vd., 2019: 868). Zhu ve Matsuno (2016: 28), dinamik ortamlardaki işletmelerin daha proaktif ve yeniliğe daha açık olduğunu bulmuştur. Ayrıca, yüksek büyüme ve son derece dinamik bir pazar ortamında, işletmeler en yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi göstermektedir.

Girişimciliğin toplumdaki rolü son çeyrek yüzyılda büyük ölçüde değişmiştir ve dönüştürücü potansiyeli ve topluma daha iyi bir yaşam kalitesi sağlamak için geliştirdiği güç nedeniyle ekonomik ve sosyal kalkınmanın en önemli araçlarından biri haline gelmiştir (Guerola Navarro vd., 2022: 2). EM, KOBİ'lerde satış hacmini artırabilir ve daha yüksek büyüme sağlayabilir (Lukiyanto ve Wijayaningtyas,

2020: 555). Mahrous vd. (2020), EM'in organizasyonel performans ve rekabet avantajı üzerinde pozitif bir etki gösterdiğini bulmuştur. Teguh vd. (2021) çalışması, EM'nin, KOBİ'lerde yenilikçi yetenek ve rekabet avantajı üzerinde olumlu ve önemli bir etkisi olduğunu keşfetmiştir. Benzer şekilde, Hamali vd. (2016), EM'nin, inovasyon, pazarlama performansı ve finansal performans üzerinde bir etkisi olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, EM yönetimi uygulayan işletmeler, daha kısa karar verme süreci nedeniyle geleneksel pazarlama uygulayanlardan farklıdır (Kim ve Kim, 2018: 5). Öte yandan, girişimciliğin faydaları, kurdukları işletmelerin ötesine geçmektedir. İstihdam yaratarak ve ürünleri daha güvenli, daha ucuz ve daha işlevsel hale getirerek herkesin yaşam standardını yükseltmeye yardımcı olur. Girişimciler, endüstri dönüşümlerini teşvik eder, tamamen yeni pazarlar yaratır ve topluluk oluşturmaya yardımcı olur. Girişimcilerin topluma sağladıkları fayda dört boyutta açıklanabilir (URL-5):

* Ekonomik büyüme: Girişimciler tarafından yaratılan ve satılan ürün/ hizmetlerin başarısı, diğer işletmelere ve pazarlara kademeli olarak yayılır.

* Servet üretimi: Girişimciler sıklıkla yeni pazarları hedefler ve yerleşik firmaların odak noktası dışındaki kitleleri etkiler. Bu, yeni gelir kaynakları ve kârlar yaratır.

* Sosyal değişim: Girişimcilerin sunduğu yenilikçi ürün/hizmetler, modası geçmiş süreçlere ve teknolojilere bağımlılığı azaltır.

* Topluluk geliştirme: Girişimciler, ortak hedeflere ve ilgi alanlarına sahip insanlar arasında bir topluluk duygusu geliştirir. Ürün/ hizmetleri, toplulukların sosyal ve ekonomik refahına katkıda bulunur.

GİRİŞİMCİ PAZARLAMADA KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR

KOBİ'lerin karşılaştığı temel sorunlardan biri, büyüdükçe, işletmenin ilk aşamalarında harcanan girişimcilik çabasını aynı düzeyde sürdürmenin giderek zorlaşabilmesidir. İşletmenin organizasyon yapısı karmaşıklaştıkça girişimci günlük sorunlarla daha fazla ilgilenmek zorunda kalacaktır. Ayrıca, birçok işletme, kuruluş ve ilk aşamalarında, girişimcinin güçlü yanlarından yararlanmayı ve bunları yeni bağlantılar geliştirmede ve müşterilere hizmet vermede iyi bir şekilde kullanmayı daha kolay bulmaktadır (Collinson ve Shaw, 2001: 4-6). Girişimci firmalar, küçük boyutlu olmaları nedeniyle çoğunlukla sınırlı kaynak sorunuyla karşı karşıya kalmaktadır. Kaynakları uygun bir şekilde yönetmek ve kullanmak, yalnızca para ve diğer varlıkları idareli kullanmayı değil, yaratıcı ve yenilikçi düşünce yapısının ortaya çıkmasını ve çalışanların bilgi ve becerilerini içeren kaynakları kullanmayı da içermektedir (Fiore vd., 2013: 66). Girişimcilik eğitiminin eksikliği, bir işletmenin girişimcilik yeteneğini etkileyen en büyük faktörler arasındadır.

Ancak, bu, girişimcilik eğitimi alan her bireyin mutlaka bir girişim başlatması anlamına gelmemektedir (Ramos, 2016: 47).

Jones (2000: 1), sosyal medyanın işletmelerin müşterileriyle iletişim kurması için en önemli araçlardan biri olduğunu ancak uzman personel eksikliği durumunda sosyal medya platformlarının tempolu, sürekli ve hızlı değişen doğasının KOBİ'ler için kaotik bir ortam oluşturabileceğine dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, düşük finansman ve doğru pazarlama kanallarını bulamamak, yaratıcı fikir eksikliği ve işletme boyutu büyüdükçe risk almaktan kaçınma EM'de karşılaşılan en temel sorunlar arasındadır (URL-6). Amjad (2020), KOBİ'lerde mezun girişimcilerin karşılaştığı EM zorluklarını; girişimci müzakere becerisi, sanayi ve pazar araştırması becerileri; girişimci ağ kurma becerisi ve çalışan markalaşması ve eğitim becerileri olmak üzere 4 boyutta incelemektedir. Öte yandan, Goyal (2021: 39), Covid-19 pandemisinin girişimcilik üzerinde, sağlık ve güvenlik, tedarik zinciri yönetimi, arz-talep, nakit akışı, istihdam ve iflas gibi sorunlar oluşturduğunu vurgulamaktadır.

Yeni kurulan girişimlerin pazar payı çok azdır ve sınırlı bir coğrafi pazar varlığına sahiptir. Girişimcilerin genellikle distribütörlere (hem toptancılara hem de perakendecilere) erişimleri kısıtlıdır. Çoğu girişimci, deneyimli pazarlama yöneticilerini işe alma seçeneğine sahip değildir. Daha büyük işletmeler kapsamlı pazarlama araştırmaları yapmak, stratejilerini test etmek ve pazarlama kampanyalarını dikkatli bir şekilde tasarlamak için milyonlarca dolar harcayabilirken, yeni girişimler daha yaratıcı ve daha az maliyetli yollar bulmak zorundadır (URL-1). (URL-8), yatırım getirisi sağlama ve değerlendirmedeki başarısızlık, dijital pazarlamayı kullanamamak, ürün/hizmet özelliklerinin yeterince açıklanamaması, yanlış ortak seçimi ve uygun bir marka imajı oluşturamamayı girişimci pazarlamada en sık karşılaşılan sorunlar olarak tanımlamaktadır. KOBİ'ler için ek bir pazarlama zorluğu, sabit maliyetlerin çoğunlukla satış gelirinden en büyük payı alması ve böylece diğer pazarlama harcamaları için daha az bütçe kalmasıdır. Bununla birlikte, girişimci pazarlamada karşılaşılan diğer zorluklar aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir (Kanu, 2020: 25):

- *Sınırlı yönetim ve pazarlama bilgisi/ becerileri,
- * Pazarlamada iç yapıların, süreçlerin ve rutinlerin eksikliği,
- *Finansman eksikliği nedeniyle çalışanlarını motive edilememesi,
- *Yetersiz pazarlama ve satış çabaları,
- *Dar müşteri tabanı,

- * Piyasanın ve diğer verilerin çok düşük öngörülebilirliği,
- * Düşük marka bilinirliği ve müşteri sadakati,
- * Ürün ve hizmetler için gelecekteki pazar talebini tahmin etmedeki yetersizlikler,
- * KOBİ'lerde kritik sonuçlara yol açabilecek yüksek yanlış karar riski.

GİRİŞİMCİ PAZARLAMA STRATEJİLERİ

Günümüzde girişimcilik, fırsatların belirlenmesi, değerlendirilmesi, geliştirilmesi ve kullanılması süreçlerinin yanı sıra bu süreçleri etkileyen kaynakların incelenmesi ve işletmenin daha iyi müşteri deneyimleri getirmek için sahip olduğu en güçlü araçlardan birinin parçası olarak kabul edilmektedir (Guerola Navarro vd., 2022: 2). EM, teknolojik endüstriler, uluslararası işletmeler, sosyal medya ve kâr amacı gütmeyen veya kamu sektörü gibi çeşitli ortamlarda uygulanabilen çok boyutlu bir kavramdır (URL-9). Müşteri ve girişimci merkezli ikili bir çekirdeğe sahip olan EM işletmeleri, hem pazar odaklı (MO) hem de girişimci odaklı (EO) olabilir. Bu, girişimci firmaların MO'nun statik bir ortamda ve EO'nun değişken piyasa ortamlarında daha etkili olduğu farklı piyasa koşullarında çalışmasına izin verir (Morrish, 2011: 112). Bununla birlikte hem pazar hem de girişimci odaklı dengeli bir stratejik duruş sergilemek, EM işletmelerinin daha yüksek performans elde etmelerini sağlamaktadır. (Morrish, 2011: 117). EM firmaları stratejik olarak daha esnek olma eğilimindedir ve pazarlama çabalarını promosyon ve satış üzerine odaklamaktadır (Hills vd., 2008: 109). Kanu (2020), çalışmasında, EM'nin girişimcilerin stratejik düşünmelerine ve işletmelerinin başarısına olumlu katkıda bulunduğunu ortaya çıkarmıştır.

Franco vd. (2014: 279), EM'nin, pazarlama faaliyetlerini oluşturmak ve desteklemek için ağ oluşturmaya dayandığını, gayri resmi ve etkileşimli iletişim yollarının kullanımı ve geliştirilmesiyle ilişkili olduğunu bulmuştur. Ağlar aracılığıyla pazarlama, EM'de önemli bir kavramdır. Ağlardan gelen bilgiler ayrıca pazarlamacıların müşterilerine üstün kaliteli ürünler sunmalarına, işletmelerin risklerini yönetmelerine ve kaynaklarını daha verimli bir şekilde tahsis etmelerine ve rakiplerine karşı rekabet avantajı yaratmalarına yardımcı olmaktadır (Kilenthong vd., 2016: 5). Guerola-Navarro vd. (2022: 28), EM çabalarında müşteri ihtiyaçlarını belirlemek ve karşılamak için müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) kullanımının önemini vurgulamaktadır.

Rekabetçi pazarlar, işletmeler için kalabalığın içinde kaybolma riskini de beraberinde getirmektedir. Girişimciler için en büyük zorluklardan biri rakiplerinden farklılaşmaktır. Bu zorluğu aşmak için girişimciler, viral pazarlama, ilişkisel pazarlama, bire-bir pazarlama ve dijital pazarlama stratejilerini aynı anda ya da bir-

kaçını pazarlama çabalarına dâhil edebilir (URL-7). Doğru tanıtım stratejilerinin ve hedef müşterilerin belirlenmesi, dijital pazarlama kullanımı, piyasa araştırmalarının yapılması, ürün/hizmetlerin öne çıkan özelliklerinin yeterince anlaşılabilmesi girişimci pazarlamada dikkat edilmesi gereken temel stratejiler arasındadır (URL-8). Öte yandan, başarılı bir EM için yöneticilerin bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bunlar; (i) risk ve inisiyatif alabilmek, sabırlı olmak, (ii) yenilikçi stratejiler ve sorunları çözmek için yeni yollar kullanmak, (iii) pazarın potansiyel olarak karlı olan unsurlarını keşfetmeye çalışmak, (iv) CRM'in organizasyonun tüm departmanlarında benimsenmesini sağlamak, (v) yetenekli çalışanlar istihdam etmek ve çalışanların sürekli gelişimi için eğitim programları oluşturmaktır (Rezvani ve Fathollahzadeh, 2018: 11-12).

SONUÇ

İlk kez 1982 yılında tanıtılan, girişimcilik ve pazarlama alanlarının kesişiminde yer alan EM, son 30 yıldır popülaritesini arttırarak işletmeler tarafından kullanılmaya devam etmektedir. Girişimcilik, ekonomik ve sosyal kalkınmanın lokomotif olması nedeniyle önemli bir çalışma alanıdır. Girişimciler, değişim peşinde koşan yenilikçiler ve karar vericiler olarak tanımlanabilmektedir. Girişimciler tarafından yönlendirilen, pazar ihtiyaçlarının sezgisel tahminine dayalı olan EM, müşteri değeri yaratmak için proaktif olmayı, risk yönetimi, sürekli fırsatları takip etmeyi ve yenilikçiliği içeren geleneksel olmayan bir pazarlama stratejisi ve benzersiz pazarlama uygulamalarının çok yönlü uygulamasıdır. EM, belirsiz piyasa koşullarında kullanılan bir değer yaratma, iletme ve teslim etme sürecidir. EM, resmileştirilmiş araştırma ve istihbarat sistemleri yerine resmi olmayan ağlara ve ağızdan ağıza iletişime güvenmektedir ve inovasyonun önemini vurgulamaktadır. EM, büyüklüğü ve yaşından bağımsız olarak tüm işletmelerde kullanılabilirliktedir.

Literatür, EM'nin boyutları konusunda henüz bir fikir birliğine varamamıştır. Bununla birlikte, EM, genel olarak, proaktiflik, hesaplanmış risk alma, yenilikçilik ve fırsat odaklılık, kaynak geliştirme, müşteri odaklılık ve değer yaratma olarak yedi temel boyuta ayrılmaktadır. Literatürde EM ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, EM'nin işletmelerin rekabet avantajı ve performansı üzerinde önemli ve olumlu bir etkisi olduğu görülmektedir. Yüksek EM yeteneğine sahip işletmeler, daha yüksek düzeyde iş geliştirme ve sürdürülebilirliğe sahip olabilmektedir. EM, kurumsal performansı olumlu yönde etkilemektedir. EM, KOBİ'lerin satışlarını, gelirlerini ve pazar paylarını arttırmalarına, büyümelerine, verimliliği ve müşteri ilişkilerini iyileştirmelerine yardımcı olmaktadır. Girişimci işletmeler, pazar eğilimlerini, pazar konumlandırmasını ve müşteri ihtiyaçlarını anlama ve bunlara yanıt vermeye ilgili benzersiz yeteneklere sahiptir. Girişimci pazarlamanın en büyük avantajlarından biri, sürekli değişen bir çevreye yanıt verebilmektir

ve kısıtlı kaynaklara sahip ve pazar araştırmalarına daha az zaman ayırmak zoruunda kalan KOBİ'ler için de oldukça etkilidir.

İşletmeler, EM'yi uygularken çeşitli zorluklarla karşılaşabilmektedir. Yeterli kaynak ve doğru pazarlama kanallarını bulamamak, yaratıcı fikir eksikliği ve işletme boyutu büyüdükçe risk almaktan kaçınma, dar müşteri tabanı, piyasanın ve diğer verilerin düşük öngörülebilirliği, ürün/hizmetler için gelecekteki pazar talebini tahmin etmedeki yetersizlikler, uzman personel eksikliği, yaratıcı fikir eksikliği, sınırlı coğrafi pazar mevcudiyeti, dijital pazarlamayı kullanamamak, ürün/hizmet özelliklerinin yeterince açıklanamaması ve yanlış ortak seçimi girişimci pazarlamada karşılaşılan en önemli sorunlar arasındadır. Diğer taraftan, literatürde EM hakkında çok daha fazla teorik ve ampirik çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. EM'nin farklı endüstrilerde müşteri davranışları üzerindeki etkisi, EM'de performans ölçümü ve teknolojik gelişmelerin EM üzerindeki etkisi gelecek çalışmalar için önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Abdul Rahim, H. ve Saad, A. (2015). The shift from traditional marketing to entrepreneurial marketing practices: A literature review. *Business and Management Studies*, 1(2), 134-139.

Adel, H., Mahrous, A. ve Hammad , R. (2020). Entrepreneurial marketing strategy, institutional environment, and business performance of SMEs in Egypt. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 1-19.

Alqahtani, N. ve Usalay, C. (2020). Entrepreneurial marketing and firm performance: Synthesis and conceptual development. *Journal of Business Research*, 113, 62-71.

Amjad, T. (2020). Contemporary Challenges in Entrepreneurial Marketing: Development of a New Pedagogy Model. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(3).

Amjad, T., Rani, S. ve Sa'atar, S. (2020). A new dimension of entrepreneurial marketing and key challenges: A case study from Pakistan. *SEISENSE Journal of Management*, 3(1), 1-14.

Andersson, S., Evers, N. ve Gliga, G. (2018). Entrepreneurial marketing and born global internationalisation in China. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(2) , 202-231.

Aslan, Ş. ve Özata, M. (2007). KOBİ'lerde bilgi teknolojisi kullanımının rekabet gücü, yenilikçilik, girişimcilik ve pazarlama kapasitesiyle ilişkileri: Otomotiv sektöründe bir araştırma, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 15-28

Azmi, M., Lubis, A. ve Sembiring, B. (2019). The effect of entrepreneurial networking and entrepreneurial marketing on business performance by competitive advantage SME's culinary sector in Medan. *International Journal of Research & Review*, 6 (9).

Backbro, J. ve Nyström, H. (2006). Entrepreneurial marketing: Innovate value creation, *Jönköping University*, Master's Thesis.

Becherer, R., Helms, M. ve McDonald, J. (2012). The effect of entrepreneurial marketing on outcome goals in SMEs. *New England Journal of Entrepreneurship*, 15(1), Article 3.

Bjerke, B. ve Hultman , C. (2004). Entrepreneurial marketing: The growth of small firms in the new economic era, *Edward Elgar Publishing*

Buccieri, D., Javalgi, R. ve Grossc, A. (2021). Innovation and differentiation of emerging market international new ventures the role of entrepreneurial marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 1-29.

Bulut, Ç., Pınar, İ., Halaç, S. D. ve Öztürk, A. D. (2013). Girişimsel pazarlamanın firma performansına etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 209-232.

Collinson, E. ve Shaw, E. (2001). Entrepreneurial marketing: A historical perspective on development and practice, *Management Decision*

Crick, J. (2019). Incorporating coopetition into the entrepreneurial marketing literature: Directions for future research, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 1-33.

Eren, S. S., Çelikkan, H. ve Hacıoğlu, G. (2013). Girişimsel pazarlamanın firmaların finansal performansına etkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (35), 97-106.

Fatoki, O. (2019). Entrepreneurial marketing and performance of small and medium enterprises in South Africa, *Journal of Reviews on Global Economics*, 8, 1429-1437 .

Ferreira, C., Ferguson, S. ve Pitt, L. (2019). Entrepreneurial marketing and hybrid entrepreneurship: The case of JM Reid Bamboo Rods, *Journal of Marketing Management*, 35(9-10), 867-885

Fink, M., Koller, M., Gartner, J., Floh, A. ve Harms, R. (2020). Effective entrepreneurial marketing on Facebook: A longitudinal study, *Journal of Business Research*, 113, 149-157

Fiore, A., Niehm, L., Hurst, J., Son, J. ve Sadachar, A. (2013). Entrepreneurial marketing: Scale validation with small, independently-owned businesses, *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 7(4), , 63–86.

Franco, M., De Fatima Santos, M., Ramalho, I. ve Nunes, C. (2014). An exploratory study of entrepreneurial marketing in SMEs: The role of the founder-entrepreneur, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(2), 265-283.

Ghods, M. (2019). Entrepreneurial marketing: the missing link in social enterprise studies, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, Article 39

Gilmore, A. (2011). Entrepreneurial and SME marketing, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 13 (2), 137-145.

Goyal, A. (2021). Entrepreneurial marketing: A key to success in digital era, *Rebuilding Sustainable Economy Post COVID*, 33.

- Guerola Navarro, V., Gil Gomez, H., Oltra Badenes, R. ve Soto Acosta, P. (2022). Customer relationship management and its impact on entrepreneurial marketing: A literature review, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-41.
- Hamali, S. (2015). The effect of entrepreneurial marketing on business performance: Small garment industry in Bandung City, Indonesia, *Developing Country Studies*, 5(1).
- Hamali, S., Suryana, Y., Effendi, N. ve Azis, Y. (2016). Influence of entrepreneurial marketing toward innovation and its impact on business performance: A survey on small industries of wearing apparel in West Java, Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV(8).
- Hamzah, M., Crick, J., Crick, D., Ali, S. ve Yunus, N. (2022). The nature of the relationship between an entrepreneurial marketing orientation and small business growth: Evidence from Malaysia, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*.
- Hanmaikyur, T., Onu, A. ve Jinjiri, R. (2016). Entrepreneurial marketing practices and return on investment performance of smes in Nigeria. *Journal of Management Sciences*, 14(4), 37-55.
- Hidayatullah, S., Firdiansjah, A., Patalo, R. ve Waris, A. (2019). The effect of entrepreneurial marketing and competitive advantage on marketing performance. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(1), 1297-1301.
- Hill, J. ve Wright, L. (2000). Defining the scope of entrepreneurial marketing: A qualitative approach, *Journal of Enterprising Culture*, 8(01), 23-46.
- Hills, G., Hultman, C. ve Miles, M. (2008). The evolution and development of entrepreneurial marketing, *Journal of Small Business Management*, 46(1), 99-112.
- Hills, G. ve Hultman, C. (2013). Entrepreneurial marketing: Conceptual and empirical research opportunities, *Entrepreneurship Research Journal*, 3(4), 437-448.
- Ionita, D. (2012). Entrepreneurial marketing: A new approach for challenging times, *Management & Marketing*, 7(1), 131-150.
- Janet, M. ve Ngugi, K. (2014). Influence of entrepreneurial marketing on the growth of SMEs in Kiambu Town-CBD, Kenya, *European Journal of Business Management*, 1(11), 2017.
- Jones, B. (2020). The wicked problem of social media and entrepreneurial marketing, *Handbook of Entrepreneurship and Marketing*, Edward Elgar Publishing., 112-127.

Jones, R. ve Rowley, J. (2011). Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration, *International Small Business Journal*, 29(1) , 25–36.

Jones, R., Suoranta, M. ve Rowley, J. (2013). Entrepreneurial marketing: A comparative study, *The Service Industries Journal*, 33(7–8), 705 –719.

Kanu, A. (2020). The rewards and challenges of entrepreneurial marketing in SMEs, *British Journal of Management and Marketing Studies*, 3(4), 19-36).

Khourouh, U., Sudiro, A., Rahayu, M. ve Indrawati, N. (2020). The mediating effect of entrepreneurial marketing in the relationship between environmental turbulence and dynamic capability with sustainable competitive advantage: An empirical study in Indonesian MSMEs, *Management Science Letters*, 10(3), 709-720.

Kilenthong, P., Hultman, C. ve Hills, G. (2016). Entrepreneurial marketing behaviours: Impact of firm age, firm size and firm’s founder, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 18(1), 127-145.

Kim, J. ve Kim, I. (2018). Entrepreneurial marketing and airline-cause sponsorship congruence: Passenger sponsorship response to US-based full-service airlines, *Sustainability*, 10, 2359, 1-20.

Kraus, S., Harms, R. ve Fink, M. (2010). Entrepreneurial marketing: moving beyond marketing in new ventures, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 11(1), 19–34.

Lam, W. ve Harker, M. (2015). Marketing and entrepreneurship: An integrated view from the entrepreneur’s perspective. *International Small Business Journal*, 33(3), 321-348.

Langowitz, N. ve Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), 341-364

Lukiyanto, K. ve Wijayaningtyas, M. (2020). Technology adoption as an innovation in entrepreneurial marketing dimension allowing to improve micro and small businesses performance, *European Research Studies Journal*, XXIII (1), 552-564

Mahrous, A., Genedy, M. ve Kalliny, M. (2020). The impact of characteristics of intra-organizational environment on entrepreneurial marketing intensity and performance in Egypt. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*

Manishimwe, T. ve Raimi , L. (2021). Impact of entrepreneurial marketing on organisational performance of small business enterprises in Yola, North-East of Nigeria. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, I(1), 10-21.

- Morris, M., Schindehutte, M. ve LaForge, R. (2002). Entrepreneurial marketing: A construct for integrating emerging entrepreneurship and marketing perspectives. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), 1-19.
- Morrish, S. (2011). Entrepreneurial marketing: A strategy for the twenty-first century?, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 13(2), 110-119.
- Nuvriasari, A., Ishak, A., Hidayat, A., Mustafa, Z. ve Haryono, S. (2020). The effect of market and entrepreneurship orientation on SME's business performance: The role of entrepreneurial marketing in Indonesian batik industries, *European Journal of Business and Management*, 12(5)
- Nwankwo, C. ve Kanyangale, M. (2020). Deconstructing entrepreneurial marketing dimensions in small and medium-sized enterprises in Nigeria: A literature analysis, *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 12(3), 321-341
- Olannye, A. ve Edward, E. (2016). The dimension of entrepreneurial marketing on the performance of fast food restaurants in Asaba, Delta State, Nigeria, *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences*, 7(3)
- Özer, Ö. (2011). Kurumsal girişimcilik ve işletme performansı ilişkisi: Dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde uygulama, *DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü*, Doktora tezi.
- Öztürk, A. D. (2012). Girişimsel pazarlama ve firma performansı: İzmir bölgesinde bir uygulama, *Yaşar Üniversitesi*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir
- Peltier, J. ve Scovotti, C. (2010). Enhancing entrepreneurial marketing education: The student perspective, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 514-536.
- Petrylaite, E. ve Rusk, M. (2021). Entrepreneurial marketing learning styles used by entrepreneurial teams, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 23(1), 60-85.
- Polas, M. ve Raju , V. (2021). Technology and entrepreneurial marketing decisions during COVID-19, *Global Journal of Flexible Systems Management*, 22, 95-112.
- Pratika, Y., Jatmiko , R. ve Andharini, S. (2022). Bibliometric analysis of entrepreneurial marketing during the COVID-19 pandemic, Sukmana vd. (Eds), *Social and Political Issues on Sustainable Development in the Post Covid-19 Crisis*, Taylor Francis.
- Ramos, S. (2016). Entrepreneurial marketing: A historical exploration and implications for practice, *Southeastern University*, Selected Honors Theses, Paper 46.

Rashad, N. (2018). The impact of entrepreneurial marketing dimensions on the organizational performance within Saudi SMEs, *Eurasian Journal of Business and Management*, 6(3), 61-71.

Raza, M., Isa, N. ve Abd Rani , S. (2019). Effect of celebrity-endorsed advertisement and entrepreneurial marketing on purchase behavior of smartphone consumers in Pakistan, *Journal of Management Sciences*, 6(1), 15-29.

Rezvani, M. ve Fathollahzadeh, Z. (2018). The impact of entrepreneurial marketing on innovative marketing performance in small- and medium-sized companies, *Journal of Strategic Marketing*, 1-13.

Sadiku-Dushi, N., Dana, L. P. ve Ramadan, V. (2019). Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance, *Journal of Business Research*, 100, 86-99.

Sarma, M., Septiani, S., Dewi, F. ve Siregar, E. (2013). The impact of entrepreneurial marketing and business development on business sustainability: Small and household footwear industries in Indonesia, *International Journal of Marketing Studies*, 5(4), 110-122.

Sarwoko, E. ve Nurfarida, I. (2021). Entrepreneurial marketing: Between entrepreneurial personality traits and business performance, *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(2), 105-118.

Sharaei, F., Colabi, A. ve Hosseini, S. (2020). The impact of entrepreneurial marketing on the sustainability of knowledge-based companies with an Emphasis on Strategic Renewal, *Journal of Entrepreneurship Development*, 13(3), 421-440.

Sole, M. (2013). Entrepreneurial marketing: Conceptual exploration and link to performance, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 15(1), 23-38.

Stokes, D. (2000). Putting entrepreneurship into marketing: The processes of entrepreneurial marketing, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 1-16.

Sullivan Mort, G., Weerawardena, J. ve Liesch, P. (2012). Advancing entrepreneurial marketing: Evidence from born global firms, *European Journal of Marketing*, 46(3/4) , 542-561.

Szabo, R., Hortovanyi, L., Tarody, D., Ferincz , A. ve Dobak, M. (2011). The role of knowledge in entrepreneurial marketing, *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 149-167.

Teguh, S., Hartiwi, P., Ridho, B., Bachtiar, S. ve Noor, H. (2021). Innovation capability and sustainable competitive advantage: An entrepreneurial marketing perspective, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5),127-134.

Teofilus, S., Sutrisno, T. ve Kurniawan, S. (2020). Analyzing entrepreneurial marketing on innovative performance, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 78-90.

Terzioğlu, E. ve Topuz, Y. V. (2020). Rekabet stratejilerinin firma performansına etkisi ve girişimsel pazarlamanın aracılık rolü: Bir örnek uygulama, *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 147-167.

Wachira, P., Ngugi, P. ve Nyangau, S. (2022). Entrepreneurial marketing capability and performance of small and medium enterprises in Kenya. *Journal of Entrepreneurship and Project Management*, 2(5), 10-20.

Webb, J., Ireland, R., Hitt, M., Kistruck, G. ve Tihanyi, L. (2011). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory, *Journal of The Academy of Marketing Science*, 39(4), 537-554.

Whalen, P., Uslay, C., Pascal, V., Omura, G., McAuley, A., Kasouf, C., Jones, R., Hultman, C.M., Hills, G.E., Hansen, D.J., Gilmore, A., Giglierano, J., Eggers, F. ve Deacon, J. (2016). Anatomy of competitive advantage: towards a contingency theory of entrepreneurial marketing, *Journal of Strategic Marketing*, 24(1), 1-15.

Yüceol, N. (2018). Girişimcilik eğitimi alan kişilerin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki üzerine bir araştırma, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

Zhu, Z. ve Matsuno, K. (2016). Entrepreneurial proclivity: Its environmental conditions and growth consequences, *Journal of Strategic Marketing*, 24(1), 20-33

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL- 1 https://www.oreilly.com/library/view/entrepreneurship-second-edition/9780470450376/9780470450376_entrepreneurs_face_unique_marketing_chal.html (Erişim Tarihi: 16.01.2023)

URL- 2 <https://www.statista.com/statistics/948778/entrepreneurial-experience-in-turkey/> (Erişim Tarihi: 16.01.2023)

URL- 3 <https://www.statista.com/statistics/948754/entrepreneurial-spirit-index-in-turkey/> (Erişim Tarihi: 16.01.2023)

URL- 4 <https://ied.eu/blog/6-essential-characteristics-of-entrepreneurial-marketing/> (Erişim Tarihi: 16.01.2023)

URL- 5 <https://online.maryville.edu/blog/importance-of-entrepreneurship/> (Erişim Tarihi: 16.01.2023)

ÇOCUKLUK YAŞANTILARININ ETKİLEDİĞİ CİNSEL İŞLEV BOZUKLUĞU VE BİR VAKADA BİLİŞSEL-DAVRANIŞÇI DANIŞMANLIK

Hatice YALÇIN

KTO Karatay Üniversitesi, Türkiye

h.hatice@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3557-8649>

Miyase TAŞKIRAN

KTO Karatay Üniversitesi, Türkiye

mystaskiran@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3557-8649>

Ayşenur ÖZTÜREN

Düzce Üniversitesi, Türkiye

aysenurozturen@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-3724-7634>

<i>Atf</i>	YALÇIN, H.; TAŞKIRAN, M.; ÖZTÜREN, A. (2023). ÇOCUKLUK YAŞANTILARININ ETKİLEDİĞİ CİNSEL İŞLEV BOZUKLUĞU VE BİR VAKADA BİLİŞSEL-DAVRANIŞÇI DANIŞMANLIK. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 312-330.
------------	---

ÖZ

Cinsel işlev bozukluğu, aile içi iletişimde yaşanan problemlerin en yaygın nedenlerinden biridir. Çocukluk dönemindeki aile dinamikleri, kültürel yaşantılar ve çocukluk travmaları, yetişkinlik dönemlerinde aile içi iletişimde olumsuzluklara ve cinsel işlev bozukluğuna neden olabilmektedir. Bu çalışmada, yirmi yıllık evli olan bir çiftteki çocukluk dönemi yaşantılarından kaynaklanan cinsel işlev bozukluğu incelenmiş; bilişsel davranışsal ve psiko-eğitsel danışmanlık tekniklerinin etkinliği değerlendirilmiştir. Vaka formülasyonu yapıldığında otomatik düşüncelerin, çarpıtmaların, felaketleştirmelerin ve varsayımların bulunduğu görülmüş-

Geliş tarihi: 18.02.2023 – Kabul tarihi: 22.05.2023, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3003

Araştırma Makalesi-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

tür. Danışanlar ile yeniden çerçeveleme, psiko-eğitim, ev ödevleri- kitap önerisi, özetleme (hatırlatma), duygu ve içerik yansıtması, bilişsel çarpıtmalara sokratik sorgulama, övme, metafor kullanımı (pause tuşu, matrix kurşunlar, buzdağı, oksijen maskesi, halı altına süpürme) gibi teknikler kullanılmıştır. Bu vakada eşler, temel problemin cinsel problemler olduğunu belirtse de öncelikle duygusal ve sosyal iletişim biçimlerinde bazı değişiklikler yapmaları gerektiği açıklanmıştır. Erkeğin sorumluluk almaktan kaçınan savunmacı hali, davranışlarında aynı kısır döngüyü devam ettiriyor olması ve kadının tavır koyup sürekli küsmesi ile duvar ören bir iletişim şekli geliştirmesi, erkeğin annesine aşırı bağımlılığı, evli olmasına rağmen her gün annesinin evinde yemek, hijyen gibi gereksinimlerini karşılaması, bu olguda bilişsel davranışçı yöntemlerinin kullanılması gerekliliğini ortaya koymuştur. Çocukluk dönemlerindeki yaşantıların etkileri ve çiftler arasındaki ilişkiye etkileri konusunda araştırmaların artması gerekmektedir. Bu çalışmada değerlendirilen vakada cinsel konularda bilgilerin eksikliği nedeniyle psiko-eğitim verilmesinin gerekli olduğu ortaya konmuştur. Bilişsel davranışsal yaklaşım, cinsel ilişkilerin geliştirilmesinde olumlu ve etkili rol oynayabilir. Bu nedenle, bu tür yaklaşımların etkinliğinin araştırılması alanyazına katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Bilişsel Davranışsal Yaklaşım, Çocukluk Dönemi Yaşantıları, Cinsel İşlev Bozukluğu, Olgu Sunumu.*

CHILDHOOD EXPERIENCE AFFECTED WITH SEXUAL DYSFUNCTION AND IN A CASE COGNITIVE-BEHAVIORAL COUNSELING

ABSTRACT

Sexual dysfunction is one of the most common causes of problems in family communication. Family dynamics, cultural experiences, and childhood traumas in childhood cause negativities in family communication and sexual dysfunction in adulthood. In this study, sexual dysfunction arising from childhood experiences in a married couple for 20 years was investigated. Cognitive behavioral and psycho-educational counseling techniques were used and the effectiveness of these techniques was evaluated. When the case formulation is made; automatic thoughts, distortions, catastrophizing, and assumptions. Reframing with clients, psycho-education, homework-book recommendation, summarizing (reminder), reflection of emotion and content, Socratic interrogation on cognitive distortions, praise, use of metaphors (pause key, matrix bullets, iceberg, oxygen mask, sweeping under the rug) techniques such as In this case, the spouses stated that the main problem was sexual problems, but primarily there were deficiencies in emotional and social communication styles. The main problems are the defensiveness of the man avoiding taking responsibility, the continuation of the same vicious circle in his behavior, and the woman's attitude and constant resentment. The man's overdependence on his mother and the fact that he meets his mother's needs such as food and hygiene every day, despite being married, increase the problem. In this case, the necessity of using cognitive behavioral methods has been revealed. There is a need for more research on the effects of childhood experiences and their effects on the relationship between couples. In the case evaluated in this study; Psycho-education was given due to the lack of knowledge on sexual matters. Cognitive behavioral counseling can play a positive and effective role in the development of sexual relations. Therefore, investigating the effectiveness of such approaches will contribute to the literature.

Keywords: *Cognitive Behavioral Approach, Childhood Experiences, Sexual Dysfunction, Case Report.*

GİRİŞ

Bilişsel davranışçı yaklaşım, insanların davranışları ve duyguları üzerinde olumsuz etkisi olan yıkıcı veya rahatsız edici düşünce kalıplarını nasıl belirleyeceklerini ve değiştireceklerini öğrenmelerine yardımcı olan bir tür psikoterapötik tedavi yaklaşımıdır (Rnic, Dozois & Martin, 2016). Bilişsel davranışçı yaklaşım, duygusal zorluklara, depresyona ve kaygılara farklı bakış açısı geliştirmeye ve durumu daha kötüleştirebilecek otomatik olumsuz düşünceleri değiştirmeye odaklanır (Carpenter vd., 2018). Ayrıca bilişsel davranışçı yaklaşım aracılığıyla olumsuz etkileri olan düşünce akışı belirlenir, sorgulanır ve daha nesnel, gerçekçi düşüncelerle değiştirme konusunda bireye yardım edilir (Tsitsas & Paschali, 2014).

Bilişsel davranışçı terapi yaklaşımı yoluyla bağımlılık, öfke sorunları, kaygı, bipolar bozukluk, depresyon, yeme bozuklukları, panik atak, kişilik bozukluklarında ve fobilerde olumlu sonuçlar alındığına ilişkin pek çok araştırma sonuçları bulunmaktadır (Chretien vd., 2017; Gaudiano, 2008; Kumar vd., 2017; Rnic vd., 2016; Ugueto vd., 2014). Bilişsel davranışçı terapinin ayrıca insanların kronik ağrı, boşanma veya ayrılıklar, keder veya kayıp, uykusuzluk, kendine güvensizlik, ilişki sorunları ve stres yönetimi gibi durumlarda problemlerle başa çıkmasına yardımcı olan bir yaklaşım olduğu vurgulanmaktadır (Agras vd., 2017; Coull & Morris, 2011; Hofmann vd., 2012).

Cinsel işlev bozukluğunun değerlendirilmesi, tedavisi ve nüksünün önlenmesine yönelik DSM-V'de geç boşalma, sertleşme bozukluğu, kadında orgazm bozukluğu, kadında cinsel ilgi/uyarılma bozukluğu, cinsel organlarda ve pelviste ağrı ya da penetrasyon bozukluğu, erkekte düşük cinsel istek bozukluğu, erken boşalma, maddenin veya ilacın yol açtığı cinsel istek bozukluğu şeklinde sınıflandırma yapılmaktadır (American Psychiatric Association: DSM-5, 2013). Bilişsel davranışçı tedavi prosedürleri bu cinsel bozuklukların çoğu arasında farklılık gösterdiğinden, her bir bozukluk için tedavileri ayrı ayrı gözden geçirilmektedir. Her cinsel bozukluk için, tedavi belirlenmeden önce teşhis aşaması detaylı düşünülmelidir (Babakhani vd., 2018). Bilişsel davranışçı terapi yaklaşımının vajinismus, prematür ejakülasyon, hipoaktif cinsel istek bozukluğu ve dispareniye etkili olduğu belirtilmektedir (Laurent & Simons, 2009; Saeidi vd., 2016).

Ailede sağlıklı cinsel işlev, yaşamdan memnuniyeti sağlar ve ruh sağlığını beraberinde getirebilir. Cinsel sağlık, ruh sağlığının bir parçasıdır ve cinsel işlev bozukluğu hem fiziksel sağlığı ciddi şekilde etkiler hem de aile içi iletişimde yaşanan krizlerin temel nedeni olabilir (Khushi, 2022: 179). Cinsel işlev

bozukluğu çocukluk yaşantılarından itibaren başlayan kişilik, sosyal, kültürel ve ailevi faktörlerin etkisi altında fark edilmeden kalabilir ve bazı durumlarda fiziksel rahatsızlık, depresyon ve evlilik hayatından memnuniyetsizlik gibi diğer belirti ve bulgularla ortaya çıkar (Tsai vd., 2011).

Cinsel işlev bozukluklarının tedavisinde bilişsel-davranışçı danışmanlık, yoga, farmakoterapi, bireysel yaşam tarzının değiştirilmesi ve psikiyatrik müdahaleler gibi farklı yöntemler kullanılmaktadır (Dhikav vd., 2010). Bilişsel-davranışçı tedaviler, cinsel işlev bozukluğunu tedavi etmek için uygulanan en yaygın yöntemler arasındadır (Pereira, 2013). Farklı çalışmaların sonuçları, bilişsel görevlerin, bilişsel işlemenin, cinsel eğitimin, davranışsal görevlerin ve bilişsel yeniden yapılandırmanın bu tür bozuklukların tedavisinde etkili teknikler olduğunu göstermiştir (McCabe, 2001). Ayrıca, cinsel becerilerin bilişsel ve davranışsal yönden eğitimi, kaygıyı azaltmada etkilidir (Ghizzani, 2017).

Aile içi etkileşimde yetersizlik, eşlerin birbirini değersiz görmesi ve değerli hissettirememesi gibi faktörler cinsel yönden de başarısızlık duygusuna ve kaçınmaya yol açabilir. Performans kaygısı ve cinsel ilişkide duyuların uyarılmadığı ve sadece seyirci rolü eşlerin cinsel uyumsuzluğuna neden olabilmektedir. Yapamama suçluluğu, yetersiz cinsel bilgi ve cinsel işlevle ilgili mitler de ilişki sırasında “Eşimi cinsel açıdan mutlu edemem”, “Eşim cinsel açıdan yetersiz olduğumu düşünüyor”, “Ya başarısız olursam” gibi olumsuz otomatik düşüncelere yol açmaktadır. Benzer şekilde, kadının duygularına odaklanmış bir cinsellik beklentisi de işlev bozukluğuna katkıda bulunur. Bu davranışsal ve bilişsel faktörler, cinsel işlev bozukluğu döngüsünü sürdürmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden açıklayıcı ve tanımlayıcı durum çalışması olarak değerlendirilen vaka çalışması (case studies) tekniği uygulanmıştır. Bu tür betimsel çalışmalar bir durum ya da vaka/olgu hakkında bilgi vermek için kullanılmaktadır. Vaka çalışmalarında bazı durumlarda kesin ve genellenebilen sonuçlar ortaya konamayabilir, ancak bir olguyu daha iyi tanımaya ve anlamaya yardımcı olan sonuçlar sağlanmaktadır. Aynı zamanda vaka ile açıklanan örnekler ve yaşantılar ortaya konduğundan bu yönüyle hem bilimsel alanyazına hem de uygulamaya önemli katkılar getirmektedir (Baltacı, 2019; Şimşek & Yıldırım, 2011). Bu çalışmada bireylerde otomatik düşünceleri içeren bir vaka değerlendirilmiş ve Bilişsel Davranışçı yaklaşım çerçevesinde müdahale yapılmıştır. Çalışılan çiftte çocukluk dönemindeki aile dinamiklerinin, kültürel yaşantıların ve çocukluk travmalarının etkilediği ve sonuçta yetişkinlik

döneminde aile içi iletişimde olumsuzluklara ve cinsel işlev bozukluğuna neden olan davranışsal ve bilişsel faktörler, literatür eşliğinde tartışılmıştır.

Olgu

M.G. 39 yaşında, Batı Karadeniz bölgesinde bir ilde doğmuş. Kalabalık bir ailede ve biri erkek olmak üzere dokuz kardeşin en küçüğü olarak büyümüş. İlkokul mezunu, yaklaşık yedi yıldan buyana bir kurumda temizlik personeli olarak çalışıyor. M.G. henüz yedi yaşındayken babası vefat etmiş, annesi halen yaşıyor. Doğduğu ilde ikamet ediyor. M.G.17 yaşındayken görücü usulü ile evlilik yapmış. Önemli bir sağlık problemi yok. Kendi ailesiyle ilişkili olarak annesinin hep ev işi yaptığını, erken yaşta vefat eden babasını sadece camiden dönüşte onun boynuna atladığını hatırladığını, babası vefat ettikten sonra abisinin kendisine baskı uygulayıp tek başına bir yere göndermediğini, bu baskılardan kaçmak için de erken evlendiğini belirtiyor.

M.G.'nin eşi İ.G. 43 yaşında ve eşiyle aynı yerde doğup büyümüş. Lise mezunu ve ilaç sektöründe faaliyet gösteren bir fabrikada çalışıyor. Henüz iki yaşında astım teşhisi konmuş ve sürekli ilaç kullanmak zorunda. İ.G. üç çocuklu bir ailede tek erkek ve ortanca çocuk olarak büyümüş. Doğduğu ilde ikamet ediyor. 20 yaşında evlenmiş. İ.G.'nin anne ve babası yaşıyor.

M.G. (17) ile İ.G. (20) komşu tavsiyesi üzerine tanışıp yaklaşık altı ay nişanlılık dönemi yaşamışlar ve sonra evlenmişler. İsteyerek ve planlı iki erkek çocukları doğmuş. İlk doğan S. (19) liseden mezun olmuş ve yaşadıkları şehirde bir futbol kulübünde aktif spor yapıyor. İkinci çocuk T. (15) ise yaşadıkları şehirde bir teknik lisede öğrenimine devam ediyor.

M.G ile İ.G., evlendikten sonra erkeğin ailesinin yanında yaklaşık 17 yıl birlikte yaşamışlar. İki katlı bir evde kendilerine ait bir yatak odası haricinde evde tüm yaşamı aile büyükleriyle birlikte paylaşmışlar. Yaklaşık dört yıl önce İ.G.'nin isteği ile aile büyüklerine çok yakın ayrı bir eve taşınmışlar. İ.G., babasıyla yakın etkileşim kuramıyor. Babasının kendisini çocukken de evliken de dövdüğünü, ama annesinin kendisini hep desteklediğini, hatta hayatının merkezinde neredeyse sadece annesinin olduğunu belirtiyor. Annesiyle aralarında ciddi bir duygusal bağ olduğunu, örneğin isteyken hangi yemeği yemeyi istediye eve geldiğinde annesinin o yemeği pişirdiğini görmek gibi birbirleriyle empati kurabildiklerini, üzgün olduğunda sadece gözlerinden bile annesinin onu anlayabildiğini ifade ediyor. Annesinin evine çok sık gidip bir şeyler yediğini ve rahatladığını belirtiyor. Kardeşleriyle haftada bir görüşüyor.

M.G., eşinin bilgisi olmadan kendi kararıyla bir danışmanlık hizmeti almak istemiş. Eşi ile iletişim problemleri yaşadıklarını, cinsel problemleri olduğunu ve bu nedenle danışmanlık hizmeti almak istediğini belirtti. Uzun süredir eşi ile birbirlerine tahammülsüz olduklarını, aynı yerde on dakika dahi bir arada bulduklarında hemen kavga ettiklerini söyledi. Eşinin sürekli küfredip argo konuştuğunu, bağırarak ve hakaret içeren bir üslubu olduğunu, hiçbir zaman kendisine gülümsemediğini, hep öfkeli tarzda konuştuğunu belirtti. Örnek olarak iki katlı evlerinin bahçesini temizlerken eşi eve geldiğinde ağaçtan düşen yaprakları henüz süpürmediği için kendisine bağırdığını, her fırsatta kendisini değersiz hissettiren yargılamalar yaptığını vurguladı. Eşinden sevgi ve saygı içeren bir tavır görmediği için çok üzgün olduğunu anlattı. Babasının kendisi çok küçük yaşta ölüştüğünü ve baba sevgisini hiç yaşamadığını, oysa bir erkeğin kendisini sevmesine ihtiyacı olduğu için evlendiğini söyledi. Eşiyle hiçbir konuda anlaşamadıklarını, asla ortak bir paylaşım yapmadıklarını tekrarladı. Eşinin kendi ailesiyle iletişim durumu sorulduğunda, eşinin annesi ile çok yakın etkileşimleri olduğunu ve her şeyi annesi ile yaptığını anlattı. Eşinin, babasıyla soğuk bir iletişimi olduğunu ama annesinin her söylediğini emir gibi yaptığını ifade etti.

M.G.'nin bu durumlarda nasıl tepki verdiği sorulduğunda eskiden eşine küstüğünü ama son yıllarda eşine sesini yükseltip eşi ona bağırdığında kendisinin de ona bağırarak tepki verdiğini anlattı. Sadece evden kaçmak için çalışmaya başlamış. Kayınpederi ara ara onları evden kovmuş ve sürekli tartışılan, huzursuz bir ortamda yaşamışlar. Kendisinin evliliklerinin ilk yıllarında, aile büyükleriyle birlikte yaşadıkları evi, sırf eşi onu sevsin diye sürekli temizlediğini, herkese hürmet ettiğini ancak eşinden de kayınpederinden de sevgi davranışları hiç göremediği için çok üzgün olduğunu ağlayarak anlattı.

M.G., kendisini üzen en temel problemin cinsel uyumsuzluk olduğunu ve eşinde erken boşalma sorununun olduğunu belirtti. Henüz ön sevişme olmadan, eşinin boşaldığını ve kendisinin herhangi bir tepki veremediğini söyledi. Erken boşalma durumunun ne zaman başladığı sorulduğunda evliliğin başından beri böyle devam ettiğini, sadece ilk gece cinsel birlikteliklerinin birkaç dakika sürdüğünü açıkladı. M.G., ilk cinsel deneyiminin eşi ile olduğunu, ara sıra mastürbasyon yaptığını belirtti. Eşinin erken boşalma ve cinsel isteksizlik problemini kayınvalidesine söylediğini, aynı problemin kayınpederinde de olduğunu öğrendiğini açıkladı, kayınvalidesinin erken boşalma sorununu önemsemeyen ve normalleştiren bir düşünceye sahip olduğunu vurguladı.

M.G., bir yıl önce evde sinir krizi geçirip psikiyatriye başvuru yapmış. Hem kendisine hem de eşine ilaç tedavisine başlanmış ancak ilacın aşırı uyku veren yan etkisi nedeniyle kısa süre sonra her ikisi de ilaç almayı bırakmışlar. M.G. yoğun

ağlama nöbetleri içinde şu ifadeleri kullanmıştır: “Ben eşimin cinsel problemleri olduğunu bilseydim evlenmezdim. Zaten iki sebeple evlendim; birincisi baba sevgisi görmek istedim, ikincisi ise cinselliği doyasıya yaşamak istedim. Cinsel konularda yoğun arzu duyuyorum çünkü öpülmek, sevilme istiyorum, başım okşansın istiyorum. Erken yaşta evlenme sebepim de zaten harama gitmeden cinsel duygularımı yaşamaktı.” M.G.’ye kendisini aynaya bakınca nasıl gördüğü sorulduğunda kendisini güzel bir kadın olarak ifade etti.

İlerleyen seanslarda hanımının haberi olmaması koşuluyla İ.G. görüşme yapmayı istedi. İ.G. danışma seansına “buyurun sizi dinliyorum” diyerek konuşmaya başladı. M.G. ile bir türlü uyum sağlayamadıklarını, kendisinin sınırlı olduğunu, aceleci ve mükemmelliyetçi bir karaktere sahip olduğunu anlattı. Eve alınan bir gıdanın çürümesi veya israf edilmesi durumunda sınırlendiğini, aslında sadece evde değil iş yerinde de sınırlı bir yapıya sahip olduğunu örneklerle anlattı. Kendisinde cinsel problem olduğunu söyleyerek “Eşim, benim cinsel problemimden dolayı mutsuz, bunu önemsemese aramızda iletişim problemi olmayacak. Aslında o da haklı ama elimde değil, kendimi kontrol edemiyorum” ifadelerini kullandı. Bazen sırf uzun bir cinsel ilişki olsun diye önce masturbasyon yaptığını, kısa süre sonra cinsel ilişkide yine de erken boşalma yaşadığını, eşine dokunma konusunda çekingen davrandığını ifade etti. Orgazm anında bedenine dokunulmasından hoşlanmadığını ve eşinin kendisini iyi bir erkek olmadığı şeklindeki rencide edici sözleri nedeniyle de bu durumun daha da travmatik hale geldiğini açıkladı.

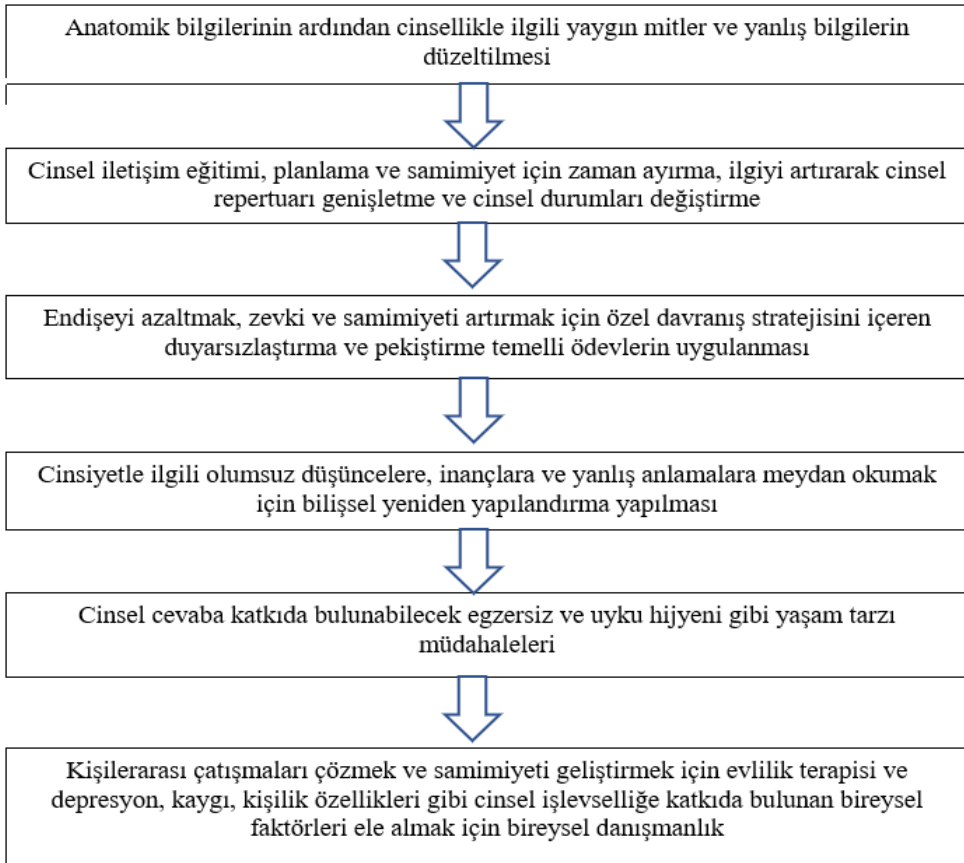
İ.G., eşinin kendisini anlamadığını düşünmektedir. Kendisinin çocukken hiç arabası olmadığını ve kendi oğullarına aldığı arabaları ara ara sürdürdüğünü, ergenlik dönemindeki çocuklarıyla yakın iletişim sürdürmek için sık sık onlarla argo konuştuğunu ve onlara her zaman destek vermeye çalıştığını belirtmektedir. İ.G., annesinin kendisi için çok önemli olduğunu ama eşi M.G.’nin bunu benimsemediğini söylemektedir. Çocukluğunda babasının hem eşine hem de çocuklarına sevgi ifadeleri kullanmamasını model almış olabileceğini eklemiştir.

İşlem

Vakanın Bilişsel Davranışçı yaklaşım ile tedavisi için vaka formülasyonu yapılmıştır. Formülasyon, tedavi yaklaşımının zorluklarının ve rasyonel temelini anlaşılmasını sağlamaktadır. Öncelikle çiftin her ikisiyle de tek ve ayrı görüşmeler yapılacağı, haftada bir kez yapılan 50 dakikalık görüşmelerin zaman aralığının bir süre sonra artacağı ve verilen psiko-eğitimin etkililiği için danışmanın anlattıklarının ve önerilerinin dikkatle yerine getirilmesinin önemi vurgulanmıştır. Prematür ejakülasyonun edinsel ya da durumsal olmasıyla ilgili

bilgiler verilerek cinsel işlev bozukluklarının her zaman organik bir nedene bağlı olmadığı açıklanmıştır. Daha sonra danışmanlık görüşmelerinde onların mutlu ve tatmin edici bir cinsel yaşama sahip olmalarını sağlamak, prematür ejakülasyona neden olan durumların temel nedenlerini bilmelerini sağlamak ve sorunun ortadan kaldırılması, işlevsiz düşünce ve davranışların doğru ve işlevsel olanlarla yer değiştirilmesi gibi bir amacı olduğu açıklandı. Tedavide başarı ölçütünün istedikleri her pozisyonda rahatça ve duyguların yoğun olduğu cinsel birleşme sağlayabilmeleri olduğu belirtilmiştir.

Bilişsel davranışçı yaklaşım yoluyla yapılan cinsel eğitimin ilke ve içerikleri Şekil 1’de açıklanmıştır.



Şekil 1. Bilişsel Davranışçı Yaklaşım Yoluyla Yapılan Cinsel Eğitimin İlke ve İçerikleri

Bu çalışmada Masters ve Johnson (1970) tarafından geliştirilen daha sonra Treves (2014) tarafından modifiye edilen cinsel terapi yöntemi kullanılmıştır. İlk görüşmelerde cinsel organların anatomisi ve fizyolojisi ile ilgili genel bilgiler anlatılmış ve yanlış cinsel inanışlarını düzeltebilmeleri için tüm soruları cevaplanmıştır. Aynı zamanda duylara odaklanma yöntemi anlatılarak evlerinde bunu uygulamaları istenmiştir.

Aile içi dinamiklerin çocukluk dönemlerinden itibaren sarsıldığı bu vakada öncelikle çift ile görüşme yapılmış ve her ikisinin de yaşanan problemleri ne şekilde tanımladıkları, çözüm için ne yapılabileceğine ilişkin görüşleri ve danışmanlık hizmetinden ne bekledikleri konuşulmuştur. Hem kadının hem erkeğin temel problemin çözümü için öncelikle cinsel problemlere odaklanması gerektiğini belirtse de öncelikle duygusal ve sosyal iletişim biçimlerinde bazı değişiklikler yapılması gerektiği açıklanmıştır. Fiziksel birlikteliğin tanımı yapılarak akşam yemek saatinde ya da hafta sonu kahvaltı saatlerinde birbirlerine olumsuz cümle kullanmamaları, aile bireyleriyle birlikte ortak seçilen sinemayı izlemek, tüm aile bireylerinin keyif aldığı bir piknikte bir araya gelmek gibi, nitelikli zaman geçirmeyi kapsayan ödevler verilmiştir. Aynı zamanda birbirlerine hitap ederken kullanılacak üslubun nezaket içermesi, inciten kelimelerden ve öfke patlamalarından kaçınmaları konusunda örnekler verilmiştir. Öfke sinyallerinin fizyolojik olarak neler olabileceği (yüz kızarması, dişlerin ya da yumrukların sıkılması gibi sinyaller) konusunda görüşleri alınmış ve öfke kontrolüne ilişkin nefes egzersizleri öğretilmiştir. Bununla birlikte aynı odada oturarak, olumsuz yargılama ya da eleştiri cümlelerinden sakınarak, “Dur, Düşün, Uygula” tekniğini kullanmaya özen göstererek nitelikli zaman geçirmelerinin önemi vurgulanmıştır. Bu duygusal birliktelik aşamasından sonra cinsel birlikteliğin daha kolay ve kalıcı olacağı açıklanmıştır.

Çift için temel fizyolojik problemlerin ekarte edilebilmesi amacıyla jinekolojik ve ürolojik açıdan tanılmasının yapılması önerilmiştir. Bu yönlendirmedeki amacın anatomik ya da fizyolojik temelli bir problemin varlığı konusunda bilgi sahibi olmalarını sağlamak ve temel bir sağlık problemi durumunda tıbbi tanılama yaparak yapılacak danışmanlık hizmetinin temelini oluşturmak olduğu açıklanmıştır. Erken boşalma probleminin altında yatan duygusal etkileşimin sağlıklı kurulamaması konusunda farkındalık oluşturulmasının ardından, çift spor yapmak, doktor önerisine göre erken boşalmayı engelleyen jel ya da krem kullanmak, prezervatif kullanmak, “dur-başla tekniği” gibi uyarımın azaltılmasını sağlayan terapi tekniklerini kullanmak gibi yöntemleri denemeleri için yönlendirilmişlerdir.

Asıl iyileştirici olan ve değişimi sağlayan duyguların yoğunluğunu artıran ikili oyunlar olduğu açıklandı. Cinsel eğitimden sonra erotik ortamın yaratılması, duyulara odaklanma, sıralı sevişme gibi teknikler, olumlu duyguların yeniden canlanması, erotik hazın artırılması gibi tanımlar açıklanmıştır. Aynı zamanda sıkma, dur-başla, indir-kaldır, parmak oyunları, eşli mastürbasyon, cinsel enerjinin yükselmesini içeren kamasutra, tantra gibi özel tekniklerin kullanılabileceği belirtilmiştir.

TARTIŞMA

Cinsel işlev bozukluklarında değerlendirme çeşitli yöntemlerle yapılmaktadır. Bunlardan en önemlilerinden biri de vaka öyküsüdür (Steggall vd., 2008). Bu çalışmada çocukluk dönemi yaşantılarından kaynaklanan cinsel işlev bozukluğuna bilişsel davranışsal ve psiko-eğitsel danışmanlık tekniklerinin etkinliğinin belirlenmiş; aile içi iletişimde problemler yaşayan bir çiftteki cinsel etkileşimin bozulmasından kaynaklanan çatışma durumu incelenmiş, aile birliğini bozan temel sorunlar bir olgu sunumu çerçevesinde ele alınarak Bilişsel Davranışçı Terapi yaklaşımının etkinliğinin gösterilmesi amaçlanmıştır.

Mevcut olgu değerlendirmeleri yapıldıktan sonra uzman görüşleri de alınarak aile dinamiklerinde çocukluk dönemlerinden itibaren kaynaklanan dengesizlik, aile içi çatışmaları, anneye bağımlılık, çocukluk döneminden itibaren anneye ayrışmama, yakın ilişkileri başlatamama ve sürdürmemeye Choi & Baek, 2017), ten temasıyla ilişkili duyu bütünleme problemleri ve tüm bu temel problemlerin aracı olduğu erken boşalma şeklinde olan cinsel işlev bozukluğu (Shayan vd., 2018) tanılamaları yapılmış ve çiftin kendilerinde var olan tanılamaları anlamlandırmalarına yönelik psiko-eğitim uygulamaları yapılmıştır.

Mevcut çalışmada hem bireysel olarak hem de birlikte çiftten öykü alınmıştır. Ayrıntılı bir öykü almanın amacı, sorunun doğası, sıklığı, şiddeti, sıkıntısı, süresi, iyileşmeye veya kötüleşmeye katkıda bulunan faktörler, bilişler, başa çıkma yöntemi, inançlar ve tedavi etme girişimlerini içeren sorunun doğasını ve gelişimini kesin olarak belirlemektir. Her partnerin geçmişini anlamak için cinsel gelişim ve cinselliğe yönelik tutumlar hakkında bilgiye ihtiyaç vardır. Bilgi alma, sorunun nedenlerinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Soruna yönelik tutum, tedaviden beklentiler ve eşlerin ne kadar sorumluluk üstlendikleri ve tedaviyi şimdi arama nedeninin ne olduğunu anlamak önemlidir.

Cinsel danışmanlık, genel olarak Masters ve Johnson (1970) tarafından verilen ve spesifik tekniklere ek olarak her türlü cinsel sorun için kullanılan yaygın bir bileşen olan ‘Duyusal odak’ tekniklerini ifade etmektedir. Cinsel danışmanlık

karşılıklı güven, etik ve mesleki kurallara bağlılık, danışanlara zarar vermeme, onların ahlaki, dini, toplumsal değerlerine saygı, yargısız ve koşulsuz kabul ilkeleriyle yapılmalıdır (Binik & Meana, 2009). Özellikle çiftlerle çalışırken taraf tutmamak, adil olmak çok önemlidir. Yaşanan sorunun eşlerden yalnızca birine ait olmadığı her ikisinin ortak sorunu olduğu ve iş birliği içinde birlikte aşacakları sık sık belirtilir.

Cinsel danışmanlığın ortak amaçları bilgi ve eğitim, tutum değişikliği, karşılıklı sorumluluk alma, performans kaygısını ortadan kaldırma, iletişimi geliştirme ve farklı cinsel teknikleri uygulama, yaşam biçimlerini ve cinsiyet rollerini değiştirme ve davranış değişikliklerini reçetelemedir. Eşin varlığı, bozukluğun türü, sosyo-kültürel faktörler, eşlik eden diğer psikiyatrik ve fiziksel durumların varlığı gibi durumlara göre değişiklikler yapılır. Danışmanın konuyu açık sözlülük ve özgünlükle ele alma isteği ve kişinin kendi cinselliğini ele alma becerisi çok önemlidir (Lewis vd., 2010).

Bireylerin psikososyal ve kültürel yapısı, ekonomik sorunlar, çocukluk dönemlerindeki yaşantılar, ebeveyn tutumları, yaş dönemlerine bağlı yaşanan değişiklikler, fiziksel ve psikiyatrik hastalıklar, bazı ilaç tedavileri, eş kayıpları, partnerin cinsel işlev problemi yaşaması, sadakatsizlik, performans anksiyetesi gibi pek çok nedenle aile içi iletişim problemleri ve cinsel işlev bozuklukları oluşabilir (Fassler vd., 2005; Kessler vd., 2010). Özellikle geleneksel kültür ile yaşayan ve yeni gelişmelere kapalı kültüre sahip olan toplumlarda aile içi çatışma çözümü ve cinsel işlev bozuklukları nedeniyle aile danışmanlarına başvuran çiftlerin çoğunluğunun temel problemi çocukluk travmaları (Khushi, 2022: 181) ya da cinsel kaynaklı olmaktadır (Chen vd., 2009).

Cinsel işlev bozukluğunun bilişsel-davranışsal modeli, cinsel işlev bozukluğunun anlaşılmasında merkezi olan biliş (düşünceler), davranış, biyoloji ve kişilerarası işleyişin karmaşık etkileşimiyle ilgilenir. Cinsel işlevi olumsuz etkileyen olumsuz düşünceler genellikle performansla ilgili endişeleri içerir, bu da dikkati erotik ipuçlarından uzaklaştırabilir ve cinsel tepki ve zevki azaltabilir ve kaygı, korku, umutsuzluk gibi olumsuz duyguları artırabilir ve kaçınmaya yol açabilir (Jeng vd., 2006).

Bilişsel-davranışçı cinsel danışmanlık uyumsuz cinsel düşünce ve davranışları değiştirmeye odaklanan çeşitli tedavi bileşenlerinden oluşur. Tedavi bireysel veya çift şeklinde yapılır. Tedavi planları, hastanın özel ihtiyaçlarını karşılamak için bireysel olarak oluşturulur ve farklı sorunları tedavi etmek için özel yöntemler kullanılır. Örneğin “Her cinsel ilişkide orgazm olabiliyim”, bir kadın için gerçekçi olmayan bir beklenti olabilir. Aynı şekilde “kadın seksten zevk almamalı,

alıyorsa kötü karakterlidir”, “kadına zevk vermek erkeğe aittir”, “erkek istediği zaman sertleşmeli ve istediği kadar sertleşmelidir” gibi tutumlar da mevcuttur (Nezlek & Kuppens, 2008; Perelman, 2016). Ayrıca partner istekler de cinsel işlev bozukluğuna da katkıda bulunabilir (Herek & Garnets, 2007).

Mevcut vakada erkeğin annesine aşırı bağımlılığı ve ayırışamaması durumunun insan ilişkilerine ve eşyle ilişkilerine yansıdığı ve negatif tepkilere neden olduğu gözlenmiştir. Aslında “ayırışamama” sorununun çocukluk döneminden itibaren geldiği belirlenmiştir. Araştırmalar, bazı travmatik olayların diğerlerinden daha fazla semptom ürettiğini ve daha fazla sıkıntıya ve travma sonrası etkilere neden olduğunu göstermiştir. Örneğin, çocuklukta kişilerarası travma, özellikle birikimli travmalar, psiko-ilişkisel etkileri nedeniyle cinsel işlev bozukluğu gibi yetişkinlik yaşamındaki zorluklarla ilişkilendirilmektedir (Kumsar vd., 2016). Nitekim, çocuklukta ve hatta evlendikten sonra bile babasından dayak yiyen erkek, kendisini rahat hissettiği annesinin konforlu alanına sık sık girmekte ve eşyle iletişimde bu doyumunu alamadığı için eşyle duygusal bir bağ kuramamaktadır. Duygusal etkileşimin olmadığı bir ilişkide de erken boşalma gibi cinsel işlev bozukluğunun görülme olasılığı yüksek olmaktadır (Ghizzani vd., 2017).

Evlilik dinamiklerindeki temel sorun iletişim yetersizliği ise evlilik terapisi ve cinsel terapi eş zamanlı olarak yürütülmelidir. Birinci basamak girişimleri ile tanı konulamayan veya tedavide zorluklarla karşılaşılacak durumlarda danışanlar zaman kaybetmeden ilgili uzmanlara yönlendirilmelidir (Fassler vd., 2005). Aile danışmanlarına cinsel öykü almada, cinsel sağlık danışmanlığında, danışılan kişilerin birinci basamak tedavisinde ve gerekli durumlarda ileri merkezlere yönlendirmede önemli görevler düşmektedir. Özellikle çocukluk travmalarından kaynaklanan ayırışamama, bir birey olarak karar verememe, problem çözememe gibi durumlar söz konusu olduğunda çocukluk gelişim dönemlerinde yaşadıkları da iyi bir anamnez taramasıyla belirlenmelidir (Avcı ve Tahiroğlu, 2007: 721). Tüm tıbbi birimlerde çalışan klinisyenler için çocukluk dönemlerinden itibaren travma maruziyetinin düşünülmesi ve öyküsünün sorgulanması büyük öneme sahiptir. Yaşamın ilerleyen döneminde ruh sağlığı alanında çalışan klinisyenler içinse, psikiyatrik hastalıkların tanı, takip ve tedavi sürecinde çocuklukta yaşanan travma öyküsü akla getirilmeli ve sorgulanmalıdır (Kessler, 2010: 279).

Cinsel işlev bozuklukları hem erkeklerde hem de kadınlarda en sık görülen sağlık sorunudur, ancak bu alana gösterilen ilgi oldukça azdır. Bu alanda daha fazla soruna yol açan çok fazla gizlilik ve bilgi eksikliği var. Psikolojik faktörler, bireyi sorun geliştirmeye yatkın hale getirmede, işlev bozukluklarını hızlandırmada ve sürdürmede önemli rol oynamaktadır. Temel olarak bilişsel ve davranışsal ilkelere dayanan seks terapilerinin hem erkek hem de kadın işlev bozukluklarının

tedavisinde etkili olduğu bulunmuştur (Carpenter vd., 2018). Bilgi geliştirme, karşılıklı sorumluluk, tutum değişikliğini kolaylaştırma, performans kaygısını ortadan kaldırma, iletişim ve cinsel teknikleri geliştirme, yaşam biçimlerini ve cinsiyet rollerini değiştirme ve davranış değişikliklerini reçeteleme bu terapilerin ana bileşenleridir. Ek olarak, farklı disfonksiyon türlerini ele almak için özel teknikler vardır. Psikolojik müdahaleler aynı zamanda tedavi kazanımlarının sürdürülmesine ve çiftlerde evlilik yaşam kalitesinin iyileştirilmesine yardımcı olmaktadır (Shayan vd., 2018).

SONUÇ

Bu vakada cinsel işlev bozukluğunun ve çiftler arasındaki anlaşmazlıkların aslında buzdağının görünen kısmı iken görünmeyen ve çocukluk dönemindeki aile yaşantıları tarafından tetiklenen birçok faktör olduğu saptanmıştır. Çift için predispozan faktörler, cinsel konuların açıkça tartışılmadığı kısıtlayıcı yetiştirilme tarzını içermektedir. Bu vakada erkek performans kaygısı geliştirmiştir ve başarılı bir cinsel ilişkiye giremediği için yetersizlik ve suçluluk duygusu yaşamaktadır. Kadının iş birliği yapmaması, eşi ona duygusuzca yaklaştığı için suçlayıp hakaret etmesi, bu durumun erkeği tedirgin etmesi ve yetersizlik duyguları yaşaması, erkekte erken boşalmayı hızlandıran faktörler olarak belirlenmiştir. Kadının nazik, değerli hissettirmesini beklediği, dinamik ve şeffaf konuşmalar yapmasını beklemesi gibi durumlar da erkeğin performansı üzerinde baskı oluşturarak kaygının artmasına neden olmaktadır.

Bu vakada erkeğin annesinin, eşi tarafından değer görmediği için tek erkek çocuğunu partner seçtiği, yaşamını oğluna odaklayarak sürdürdüğü, çocukken oğluna aşırı koruyucu tutum içinde olduğu ancak evlendikten sonra oğlunun başka bir ortamda yaşamasıyla ilgili sorunları olduğu, bu nedenle erkek ve annesinin henüz ayrışamamasından kaynaklanan bir bağımlılığın sürmesinin de çiftlerin duygusal yaklaşımını olumsuz etkilediği görülmüştür. Bu tür durumlarda psiko-eğitim ve Bilişsel Davranışçı yaklaşımın uygulanmasının yararlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kültür, bireylerin ve çiftlerin cinsellik, yakınlık, toplumsal cinsiyet, ilişkiler ve aşk hakkındaki görüşlerinin zeminidir. Neyin normal ve uygun olduğuna ilişkin beklentiler, tarihsel ve kültürel bağlamdan derinden etkilenmektedir. Çocukluk dönemlerindeki kültürel yaşantılar ve alışkanlıklar, bireylerin kök ailelerinden ayrışamamasına neden olabilmekte ve daha sonraki yaşamlarında aile içi iletişimde olumsuzluklar geliştirebilmektedir.

Çocukluk dönemlerindeki yaşantıların etkileri ve çiftler arasındaki ilişkiye etkilerinin önemi ve cinsel konularda eğitim verilmesi konusunda gerekli bilgilerin eksikliği, bu tür sorunların çözümünde profesyonel danışmanlık hizmeti verenlere rehber olacak çalışmaların yapılması gerekli görülmektedir. Cinsel eğitim ve danışmanlığın etkisi ve bilişsel-davranışçı yaklaşımın önemi göz önüne alındığında, bu çalışmanın danışmanlık için başvurulara bilişsel-davranışçı danışmanlığın cinsel işlev üzerindeki etkinliğini belirlemede önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Agras, W.S., Fittsimmmons, E.E., Wilfley, D.E. (2017), Evolution Of Cognitive-Behavioral Therapy For Eating Disorders. *Behav Res Ther*, 88:26-36 10.1016/J.Brat.2016.09.004.

American Psychiatric Association-DSM-5 (2013), *Diagnostic And Statistical Manual For Mental Disorders*. 5th Edition. American Psychiatric Press, USA.

Babakhani, N., Taravati, M., Masoumi, Z., Garousian, M., Faradmaj, J. & Shayan, A. (2018), The Effect Of Cognitive-Behavioral Consultation On Sexual Function Among Women: A Randomized Clinical Trial. *J Caring Sci*, 7(2)83-88. 10.15171/Jcs.2018.013.

Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED)*. 5(2), 368-388.

Binik, Y.M. & Meana, M. (2009), The Future Of Sex Therapy: Specialization Or Margination? *Archives Of Sexual Behavior*, 38:1016–1027 10.1007/S10508-009-9475-9.

Carpenter, J., Andrews, L., Witcraft, S., Powers, M., Smits, J., Hofmann, S. (2018), Cognitive Behavioral Therapy For Anxiety And Related Disorders: A Meta-Analysis Of Randomized Placebo-Controlled Trials. *Depress Anxiety*. 35(6):502–14 10.1002/Da.22728.

Chen, K.C., Yeh, T.L., Hui Lee, I. (2009), Age, Gender, Depression, And Sexual Dysfunction İn Taiwan. *Journal Of Sexual Medicine*, 6:3056-3062.

Cho, İ.J.J. & Baek, J.H. (2017), Micro Analysis Of A Solution-Focused Brief Therapy Case, *Family And Family Therapy*, 25(3):531–555.

Chretien, M., Giroux, I., Goulet, A., Jacques, C. & Bouchard, S. (2017), Cognitive Restructuring Of Gambling-Related Thoughts: A Systematic Review. *Addictive Behaviors*, 75:108-121 10.1016/J.Addbeh.2017.07.001.

Coull, G., Morris, P.G. (2011), The Clinical Effectiveness Of CBT-Based Guided Self-Help Interventions For Anxiety And Depressive Disorders: A Systematic Review. *Psycholog Med*. 41(11):2239-2252 10.1017/S0033291711000900.

Dhikav, V., Karmarkar, G., Gupta, R., Verma, M., Gupta, R., Gupta, S., Et Al. (2010), Yoga İn Female Sexual Functions. *J Sex Med*, 7 (2pt2):964-70 10.1111/J.1743-6109.2009.01580.X.

Fassler, I.R., Amodeo, M., Griffi, M.L., Clay, C.M., Ellis, M.A. (2005), Predicting Long-Term Outcomes For Women Sexually Abused İn Childhood: Contribution Of Abuse Severity Versus Family Environment. *Child Abuse Negl.* 29:269-284.

Gaudiano, B.A. (2008), Cognitive-Behavioural Therapies: Achievements And Challenges. *Evid Based Ment Health.* 11(1):5-7 10.1136/Ebmh.11.1.5.

Ghizzani, A., Orlandini, C., Bernardi, M.G., Cevenini, G., Luisi, S. (2017), Sexual Pain İn Women: Quality Of Sex Life And Marital Relations. *Minerva Ginecol.* 69(4):381-389.

Herek, G. & Garnets, L. (2007), Sexual Orientation And Mental Health. *Annual Review Of Clinical Psychology*, 3:353–375.

Hofmann, S.G., Asnaani, A., Vonk, I.J., Sawyer, A.T., Fang, A. (2012), The Efficacy Of Cognitive Behavioral Therapy: A Review Of Meta-Analyses. *Cognit Ther Res.* 36(5):427-440. 10.1007/S10608-012-9476-1.

Jeng CH, Wang LR, Chou CS, Shen J & Tzeng CR (2006), Management And Outcome Of Primary Vaginismus. *Journal Of Sex & Marital Therapy*, 32:379-387.

Kessler RC, McLaughlin KA, Green JG, Gruber MJ, Sampson NA, Zaslavsky AM (2010), Childhood Adversities And Adult Psychopathology İn The WHO World Mental Health Surveys. *Br J Psychiatry.* 197:378–385.

Khushi, M. (2022), Childhood Trauma And Its Effects İn Adulthood. *International Journal Of Innovative Research İn Technology.* 8(12):178-189.

Kumar, V., Sattar, Y., Bseiso, A., Khan, S., Rutkofsky, I.H. (2017), The Effectiveness Of İnternet-Based Cognitive Behavioral Therapy İn Treatment Of Psychiatric Disorders. *Cureus.* 9(8):E1626.

Laurent, S.M., Simons, A.D. (2009), Sexual Dysfunction İn Depression And Anxiety: Conceptualizing Sexual Dysfunction As Part Of An İnternalizing Dimension. *Clin Psychol Rev* 29(7):573–85.

Lewis, R.W., Fugl-Meyer, K.S., Corona, G., Hayes, R.D., Laumann, E.O., Moreira, E.D., Et Al. (2010), Definitions/Epidemiology/Risk Factors For Sexual Dysfunction. *J Sex Med.* 7:1598-607.

Masters, W.H., Johnson, V.E. (1970), Human Sexual Inadequacy. Boston, Little Brown And Company.

Mccabe, M.P. (2001), Evaluation Of A Cognitive Behavior Therapy Program For People With Sexual Dysfunction. *J Sex Marital Ther.* 27(3):259-271.

Nezlek, J. & Kuppens, P. (2008), Regulating Positive And Negative Emotion İn Daily Life. *Journal Of Personality*, 76:561–586.

Pereira, V.M., Arias-Carrion, O., Machado, S., Nardi, A.E., Silva, A.C. (2013), Sex Therapy For Female Sexual Dysfunction. *Int Arch Med.* 6 (1):37-46 10.1186/1755-7682-6-37.

Perelman, M.A. (2016), Psychosexual Therapy For Delayed Ejaculation Based On The Sexual Tipping Point Model. *Transl Androl Urol.* 5:563-575.

Rnic, K., Dozois, D.J, Martin, R.A. (2016), Cognitive Distortions, Humor Styles, And Depression. *Eur J Psychol.* 12(3):348-362 10.5964/Ejop.V12i3.1118.

Saeidi, M., Shamsalizadeh, N., Yousefi, F. (2016), The Effectiveness Of Cognitive Behavior Therapy On Sexual Dysfunction After Hysterectomy İn Women Referred To Besat Hospital İn Sanandaj. *Shenakht Journal Of Psychology And Psychiatry*, 3(4):39-47.

Shayan, A., Taravati, M., Garousian, M., Babakhani, N., Faradmal, J., Masoumi, Z. (2018), The Effect Of Cognitive Behavioral Therapy On Marital Quality Among Women. *International Journal Of Fertility & Sterility*, 12(2):99-105 10.22074/İjfs.2018.525.

Steggall, M., Fowler, C., Pryce, A. (2008), Combination Therapy For PE: Results Of A Small-Scale Study. *Sex And Relationship Therapy*, 23:365-376.

Şimşek, H. & Yıldırım, A. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Treves, L. (2014) Sex Education For Married Couples - Everything You Need To Know To Maintain A Healthy Long Term Sex Life (Better Sex Education Series Book 4). Kindle Edition. Shaharm Publications.

Tsai, T.F., Yeh, C.H., Hwang, T.I. (2011), Female Sexual Dysfunction: Physiology, Epidemiology, Classification, Evaluation And Treatment. *Urological Science*, 22(1):7-13 10.1016/S1879-5226(11)60002-X.

Tsitsas, G.D., Paschali, A.A. (2014), A Cognitive-Behavior Therapy Applied To A Cial Anxiety Disorder And A Specific Phobia, Case Study. *Health Psychol Res*. 2(3):1603-1611 10.4081/Hpr.2014.1603.

Ugueto, A.M., Santucci, L.C., Krumholz, L.S., Weisz, J.R. (2014), Problem-Solving Skills Training. *Evidence-Based CBT For Anxiety And Depression İn Children And Adolescents: A Competencies-Based Approach*. 10.1002/9781118500576. Ch17.

YABANCILAŞAN EMEKTE KİTLE MEDYASI VE REKLAMIN ROLÜ: OTO SANAYİ SİTELERİNDE ÇALIŞAN İŞÇİLER ÜZERİNE BİR ANALİZ

Metin Enes DÖNMEZ
İstanbul Üniversitesi, Türkiye
metin.donmez@ogr.iu.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-7240-060X>

<i>Atıf</i>	DÖNMEZ, M. E. (2023). YABANCILAŞAN EMEKTE KİTLE MEDYASI VE REKLAMIN ROLÜ: OTO SANAYİ SİTELERİNDE ÇALIŞAN İŞÇİLER ÜZERİNE BİR ANALİZ <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 331-353.
-------------	--

ÖZ

Günümüz toplumlarında sosyo-ekonomik ve siyasal sebeplerden dolayı yabancılaşma olgusuyla sıklıkla karşılaşmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve kullanım alanlarının yaygınlaşmasıyla birlikte medyanın da insan hayatında bulunduğu süre artış göstermiştir. Geleneksel medyanın ve internetin hayatımızın büyük bir parçası olması, insanların yabancılaşmalarına sebep olan unsurlar ile daha sık karşı karşıya gelmelerine neden olmaktadır. Enformasyon dolaşım hızının olabildiğince arttığı bu dönemde, farklı sebeplerden ötürü insanların yabancılaşmaya sürüklendikleri olgulara maruz kalma oranında artış bulunmaktadır. İnsanların yabancılaşmasına neden olan sebepler arasında kitle medyası önemli bir role sahiptir. Medya aracılığıyla kitlelere iletilen reklamlar ise çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Araştırmada, oto sanayi sitelerinde çalışan işçilerin maruz kaldıkları reklamlarla, üretim ve onarım süreçlerinde faal rol aldıkları ve gerek geleneksel gerekse dijital medya platformlarında karşılıklarına çıkan otomobillere yönelik yabancılaşma durumları saptanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın veri toplama safhasında yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak işçilerin konuyla ilgili düşünceleri ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda işçilerin çalışma koşullarının kendi emekleriyle ortaya çıkardıkları otomobillere ilişkin bir yabancılaşmadan söz edilebilmektedir ve otomotiv sektörüne ilişkin reklamların bu yabancılaşma davranışının sergilenmesinde pozitif yönde role sahip olduğu söylenebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yabancılaşma, Yabancılaşan Emek, Kitle Medyası, Reklam.*

THE ROLE OF MASS MEDIA AND ADVERTISING IN ALIENATED LABOR: AN ANALYSIS ON WORKERS WORKING IN AUTO INDUSTRY SITES

ABSTRACT

In today's societies, the phenomenon of alienation is frequently encountered due to socio-economic and political reasons. With the development of technology and the widespread use of the media, the duration of the media in human life has increased. The fact that traditional media and the internet are a big part of our lives causes people to come face to face with the elements that cause their alienation more often. In this period, where the rate of information circulation increases as much as possible, there is an increase in the rate of exposure to phenomena that lead people to alienation due to different reasons. Mass media has an important role among the reasons that cause people's alienation. The advertisements conveyed to the masses through the media form the basis of the study. In the research, it has been tried to determine the alienation of the workers working in the auto industry sites with the advertisements they are exposed to, the cars that they take an active role in the production and repair processes and that they come across on both traditional and digital media platforms. In the data collection phase of the research, the opinions of the workers on the subject were examined in detail by using the semi-structured in-depth interview technique. As a result of the interviews, it can be said that there is an alienation related to the automobiles that the working conditions of the workers reveal with their own efforts, and it can be said that the advertisements related to the automotive sector have a positive role in exhibiting this alienation behavior.

Keywords: *Alienation, Alienated Labor, Mass Media, Advertising.*

GİRİŞ

Yabancılaşma kavramı, geçmişten günümüze insan hayatının bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavramın ekonomi, siyaset, teknoloji, toplumsal gelişmeler gibi birçok farklı değişkenden etkilendiği bilinmektedir. Sanayi devriminden başlayarak günümüze kadar yabancılaşma, aktif biçimde insanların hayatında yıldırıcı bir problematik olarak var olmuştur. Tarih boyunca süregelen değişimler beraberinde işçiye yönelik bunalımlar, işçinin emeğine, kendisine ve parçası olduğu topluma yabancılaşmasını getirmiştir. İşçinin ürettiği ürüne, Marx'ın emek tanımına göre, kendi özüne, kendisine yabancılaşmasıyla birlikte içinde bulunduğu topluma yabancılaşmasının farklı nedenleri bulunmaktadır. Günümüzde kitle medyası ve internet aracılığıyla insanların maruz kaldıkları reklamlar da bireyin yabancılaşmasına sebep olan nedenlerden biridir.

Türkiye, otomobil satın alma gücü ile metanın piyasa değeri arasındaki farkın yüksek olduğu ülkelerden biridir. Türkiye'deki herhangi bir otomobil fabrikasında, üretim bandında çalışan bir işçinin ekonomik durumu göz önünde bulundurulduğunda, 2023 yılı şartlarıyla, ürettiği ürünü satın alabilmesi oldukça zordur. Üretim aşamasında aktif bir şekilde faaliyet gösteren, ancak günün sonunda ürettiği ürünün ancak ufak bir parçasını satın almaya gücü yeten işçinin, emeği sonucu üretmiş olduğu metaya ve kendi emeğine yabancılaşması kaçınılmazdır. Bütün bunların yanı sıra kitle medyası ve internet aracılığıyla kendisine iletilen reklamlarda işçinin üretim sürecinde rol üstlendiği ürünü görmesi şüphesiz yabancılaşma sürecinde bir pekiştirici olarak rol oynamaktadır.

Türkiye'de sayısı göz ardı edilemeyecek kadar fazla olan asgari ücretli çalışan işçilerin alım gücünün her geçen yıl enflasyon karşısında düşüşte olduğu bilinmektedir. Disk/Birleşik Metal-İş Sendikası Araştırma Merkezi (BİSAM)'ın açıkladığı 2022 yılı verilerine göre, eşi çalışmayan, iki çocuğu olan bir işçi gıda ürünlerine ilişkin alım gücünde yüzde 8,3'lük kayıp yaşamıştır. Raporda kapsadığı dönem için alım gücü kayıpları patatesten %36, tavukta %26, sütte %13,4, yumurtada %10 ve kömürde %42 olarak ifade edilmektedir (URL-1). Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (TÜRK-İŞ)'nin Mayıs 2023'te açıklamış olduğu "Açlık ve Yoksulluk Sınırı Araştırması"nın verilerine göre asgari ücretin 8 bin 506,8 TL olduğu Mayıs ayında, dört kişilik bir ailenin açlık sınırı 10 bin 360 TL olarak ölçülürken yoksulluk sınırı ise 33 bin 750 TL olarak saptanmıştır (URL-2). Bu konjonktürde işçilerin enflasyon karşısında alım gücü düşerken bu araştırmanın konusunu oluşturan hem ikinci el hem de sıfır olarak ifade edilen kullanılmamış otomobillerin fiyatlarında artış yaşanmıştır. 2023 yılında ikinci el araçlarda fiyat artışı ortalama %43 olarak ölçülmüştür (URL-3). Enflasyona bağlı düşen alım gücü nedeniyle kullanılmamış otomobil satın almak işçiler için neredeyse imkân-

sız hale gelirken, ikinci el otomobillerin sıfır araçların yerini aldığı söylenebilmektedir. Alım gücü yıldan yıla Türkiye’de enflasyon karşısında düşüş yaşayan işçilerin otomobil satın alması her geçen yıl daha zor hale gelmektedir. Kendisi otomotiv sektöründe çalışan asgari ücretli işçiler için ise böylesi bir durumda yabancılaşıma probleminden ve işçinin kendi emeğine yabancılaştırmadan söz edilmesi gerekmektedir.

YABANCILAŞAN EMEK

Emek ile doğrudan ilişkili olan yabancılaşıma ve yabancılaştıran emek kavramlarının anlaşılabilirliği için öncelikle emek olgusunun anlamlandırılması yararlı olacaktır. Marx’a göre emek, insanın özgül bir etkinliği, kişiliğinin bir belirtisi, yaşamın zevkidir. Emek sonucu üretilen nesne kişinin bireyselliğinin bir dışavurumu, onun nesnel ve elle dokunulur bir uzantısıdır. Nesnelleşme ve yabancılaştırmayı birbirinden ayıran Marx, emeğin insanın yansımaları olduğu zaman ürün, insani bir nesnelleşme olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre insan etkinliği özünde yabancılaştırıcı bir etkinlik değildir. Özel güçlerin nesnelleşmesi, toplumsal ilişkileri yabancılaştırıcı duruma düşürmektedirler (Marx, 1976: 54-71). Marx’ın yapmış olduğu tanımlamadan emeğin aslında insanın kendini dışavurumu olduğu ileri sürülebilmektedir. Ancak bu noktada emeği problematik hale getiren olgu “çalışma” olarak görülmektedir. Özellikle Sanayi Devrimi ile birlikte emeğini çalışma kapsamında sermayeye teslim eden işçi, kapitalist çalışma koşulları nedeniyle kendi varlığına, emeğiyle gerçekleştirdiği üretime ve ortaya çıkan ürüne yabancılaşıma sürecinde yer almaktadır.

Yabancılaşıma (alienation), kavramının yakıncökü orta Fransızca “aliénacion”dur. Latince “alienationem” kelimesinden gelmektedir ve sözcüğün kökü Latince “yabancılaştırmak ya da başkasını kılmak” anlamına gelen “alienare”dir. “Alienare” kök sözcüğü ise “bir başka kişi ya da yere ait olan” anlamına gelen “alienus”tan gelmektedir. “Alienus” kökü ise başka bir kök olan ve “öteki, bir başkası” anlamına gelen “alius”a dayanmaktadır (Williams, 2007: 42). 14. yüzyıldan beri İngilizce’de kullanılan “yabancılaştırma” teriminin kullanıldığı alanlar ise farklılıklar göstermektedir. Felsefe, psikoloji, sosyoloji, ekonomi gibi alanlarda sık sık karşılaşılan terim, bu çalışma kapsamında Marx’ın iktisadi temele oturduğu, insanın çeşitli sebeplerden dolayı emeğinden soyutlanması bağlamında ele alınacaktır.

Marx’ın erken dönem eserlerinde geçen yabancılaşıma kavramını Hegel’in çalışmalarından geliştirdiği ve ondan iktisadi boyut ile farklılaştığı bilinmektedir. Başlangıçta yabancılaşıma terimi iktisadi ve hukuksal bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu terimi boyut olarak farklılaştıranın ise Hegel olduğu bilinmektedir. Hegel’in ise bu terimi Rousseau’nun Toplum Sözleşmesi’nden aldığı öne sürülmektedir (Marx, 1976: 68-69). Bu noktada Habermas, Rousseau’nun “Top-

lum Hali”nde doğal bir düzeni (ordre naturel) canlandırmak istediğini ancak bu düzenin burjuva toplumunun yasalarına içkin olmadığını belirtmektedir. Rousseau, eşitsizlik ve özgür olamama durumunu insanların kendi insani doğalarını gerçekleştirdikleri “doğal hal”deki yozlaşmanın bir sonucu olarak görmektedir. Doğa ile toplum arasında meydana gelen kopma her bir bireyi insan (homme) ve vatandaş (citoyen) olarak ayırıştırılmaktadır. Bu noktada medeni ilerleme, insanın kendi kendisine yabancılaşmasının sebebi olarak öne sürülmektedir (Habermas, 2003: 192).

Yabancılaşma terimini felsefenin hizmetine katan kişinin Hegel olduğu söylenebilmektedir. Hegel’in yabancılaşma kavramı içerisinde hem “ayrılma” hem de “bütünleşme” durumlarını bulundurmaktadır. Hegel yabancılaşma kavramını düşünce alanına, dolayısıyla da insani boyuta taşıyarak düşünceyi aşan ve “öte”yle bütünleşen bir olgu olmaktan çıkarmıştır. Yabancılaşma Hegel’e göre, bilenin, yani insanın, bilgiye dair içsel zenginleşmesini sağlamak üzere gerçekleşen ve kalıcı olmayan bir evredir (Özbudun, Markus ve Demirer, 2007: 16-17). Hegel’in yabancılaşma kavramına yaklaşımından “geçici” olarak tanımladığı ve insanın bilişsel sürecine katkı sağlayacağını öne sürdüğü nesnelleşme durumuna olumlu bir şekilde baktığı anlaşılabilmektedir.

Toplumsal, kültürel ve siyasal dünya Hegel’in düşüncesine göre “toplumsal töz” tarafından insani faaliyetler sonucunda yaratılmakta ve devam ettirilmektedir. Bu noktada toplumsal töz, insan tininin gelişim süreci evrelerini belirleyen nesnel bir ifade, tinin gelişim süreciyle bütünlüğü sağlayan bir olgu olarak öne çıkmaktadır ve ikisi birbirinden bağımsız olarak düşünülmemelidir. Tinin gelişim sürecinde insanlar kendilerini tikelleyerek ayırt edici karakterleri olan varlıklar haline gelmektedirler. Hegel’in düşünce yapısı bu bağlamda incelendiğinde yabancılaşma, kendini tikelleyen tinin kendi farkındalığına vararak yeniden bir bütün olmak üzere toplumsal tözden ayrılması olarak tanımlanabilmektedir (Özbudun, Markus ve Demirer, 2007: 18-20).

Yabancılaşma kavramını bu çalışmada ele alınacağı şekliyle, Hegel’in düşüncelerinden yola çıkan ancak ondan farklılaşarak ortaya koyan kişi Marx’tır. Marx’ın bu konu üzerindeki düşünce sistematiği Hegel’in diyalektiğine dayanmaktadır. Hegel bir bütün olarak toplum ve kültürün diyalektik bir hareketlilik içinde mutlak bir amaca doğru hareket ettiğini belirtmektedir. Marx, Hegel’in bu anlayışını “toplumsal değişme” üzerinden ele almaktadır (Kongar, 1995: 130).

Marx yabancılaşma terimini, insanın kendi faaliyetlerinin ve ürünlerinin, kişiden bağımsız bir varlık haline geldiği ve kişiye düşman bir güce dönüştüğü durumu açıklamak için kullanmaktadır. Çalışmalarının başlıca amacının kapitalizmi ve onun tarihsel seyrini anlamak ve açıklamak olduğunu belirten Marx, yabancı-

laşma kavramını kapitalist toplumdaki emek türüne referansla kullanmaktadır. Bu bağlamda Marx, toplumsal ve ekonomik ilişkiler (iş bölümü, meta fetişizmi), devlet ve din alanlarındaki yabancılaşmadan bahsetmektedir (Sayers, 2017: 24-32). Buradan da anlaşılacağı üzere yabancılaşma kavramı Marx'la beraber daha somut bir hale bürünmüş ve kapitalist sistem içerisinde işçiyi buhrana sürükleyen bir olguya dönüşmüştür. Hegel'in aksine Marx yabancılaşmaya tamamiyle olumsuz olarak yaklaşmaktadır.

İnsanlık tarihi, insan varlığının gelişiminin devam etmesi, Marx'ın bakış açısında aynı zamanda insanlığın giderek yabancılaşması anlamına gelmektedir. Marx'ın düşüncesine göre yabancılaşma, insanın çevresine sahip ve egemen olamamasından ziyade, çevrenin, doğanın, diğer insanların hatta insanın kendisinin öz varlığına yabancı hale gelmesi demektir. Marx'ta yabancılaşma kavramı insan varlığının ve özünün ayrımı, insanın somut varlığının özüne yabancılaşmış olduğu düşüncesi üzerine inşa edilmiştir. Bu noktada insan gerçekte hayalinde yarattığı varlık ya da olması gereken varlık değildir (Tolan, 1980: 142-145).

Marx'a göre yabancılaşma kavramı ve türleri dört farklı boyutta incelenebilmektedir. Bunlar: (1) Emeğin yabancılaşması, (2) emeğin yabancılaşmasından türsel yabancılaşma, (3) insan isteklerinin ve ilişkilerinin yabancılaşması ve (4) kullanım değerinden değişim değerine geçiş (meta fetişizmi) (Tolan, 1980: 145-152). Bu çalışma kapsamında Marx'ın yabancılaşmayı incelediği yukarıdaki boyutlardan ilki olan "emeğin yabancılaşması" ele alınmaktadır.

Marx işçinin ne kadar zenginlik üretirse, işçinin üretimi güç ve boyut olarak ne kadar artarsa o kadar fakirleştiğini ifade etmektedir. Ona göre işçi, ne kadar çok meta yaratırsa, kendisi de o kadar ucuz bir meta haline gelmektedir. Buradan yola çıkarak Marx, insanlar dünyasının değersizleşmesi ile şeyler dünyasının artan değerinin doğru orantılı olduğunu belirtmektedir. Emek yalnızca meta üretmemekte, kendisini ve bir meta olarak işçiyi üretmektedir ve bu genel olarak metaları üretme hızıyla aynı olarak ele alınmaktadır. Emeğin ürünü, bir nesnede cisimleşmiş, maddileşmiş emektir yani emeğin nesnelleşmesidir. Bu ekonomik koşullar altında, emeğin söz edilen gerçekleşmesi işçiler için bir kayıp olarak görünmektedir; nesnenin kaybı ve ona esaret olarak nesnelleştirme, yabancılaşma olarak sahiplenilmedir (Marx, 2014: 23). Marx'ın emeğin yabancılaşmasına ilişkin görüşlerinde çalışma olgusunun belirleyici olduğu söylenebilmektedir. Çalışma ile işçinin özü olan emeğin biçim değiştirmesi ve kendi emeğinin işçiye değişen form ile yabancılaştırıcı bir faktör olarak geri dönüşünden söz etmektedir.

Chomsky, Marx'ın erken dönem çalışmalarında, çalışmanın işçinin doğasının bir parçası değil de işçinin dışında olduğu, böylece işçinin çalışmasında kendini gerçekleştirmediği, kendini inkâr ettiği, fiziksel olarak tükendiği ve zihinsel

olarak alçaldığı zaman, emeğin yabancılaşmasının gerçekleştiğini savunduğunu ifade etmektedir. Marx, yabancılaşmış emeğin bazı işçileri yeniden barbarca bir çalışmaya sokan ve diğerlerini makinelere dönüştüren böylece insanı özgür, bilinçli faaliyetten ve üretken yaşamdaki türsel karakterinden yoksun bırakan bir olgu olduğunu belirtmektedir (Chomsky, 2005: 13-14).

Berardi'nin belirttiği üzere Marx'ın yabancılaşma perspektifinden kapitalist üretim yapısı içindeki çalışma koşullarının antropolojik sonuçlarına odaklanmaktadır. Ona göre ücretli bir üretken ilişki içinde kapana kısılmış insanın enerjisi ne kadar çok üretken faaliyete yatırılırsa, sermayenin gücünü o kadar çok arttırmaktadır ve kendine bu doğrultuda az şey kalmaktadır. Hayatta kalabilmek için, bir ücret alabilmek için işçiler insanlıklarından, zamanlarından ve enerjilerinden vazgeçmek zorundadırlar (Berardi, 2009: 37). Çalışmanın işçi üzerindeki soyutlayıcı etkisi sermaye bağlamında ele alındığında bir doğru orantıdan söz etmek mümkündür. İşçi yaşamını sürdürebilmek için emeğinden soyutlandığı ve buhrana sürüklendiği ölçüde sermaye kazanım sağlayabilmekte ve gücünü arttırabilmektedir.

Yalnızca emek gücü olarak, daha geniş bir teknolojik sistemin uyumlu bir parçası olarak görülmeye karşı mücadele -bu tür bir mücadele, emek sürecinin kapitalist örgütlenmesine özgüdür- işçilerin ampirik davranışını felsefi temayla yakından ilişkilendirmektedir. Giddens, Althusser aksini iddia etse de bu bağlantının, Marx'ın yabancılaşma üzerine erken dönem yazılarının eleştirel bir modern kapitalizm teorisi için devam eden önemini örneklediğini öne sürmektedir. Bu doğrultuda Giddens, bireyin önceden belirlenmiş bir sürecin "otomatik parçası" olmaya indirildiği ölçüde, kişinin fail olmaktan çıktığını ifade etmektedir. Ona göre Marx'ın erken dönem eserlerinin Feuerbachçı dilini kullanıldığında, işçi kendi "türsel varlığından", yani failliğin belirlendiği faaliyet insanı insani niteliklere yabancılaştırmaktadır (Marx, 1964'ten akt. Giddens, 1981: 224). Böylelikle aslında hayatta kalmaya çalışan insanın kendine, kendi emeğine, kendi özüne, emeğiyle ürettiği ürüne yabancılaştığı söylenebilmektedir. Bu gerçekleşirken de işçi hem maddi hem de manevi olarak yıpranmaktadır.

KİTLE İLETİŞİMİ, REKLAM VE YABANCILAŞMA

Marx'ın belirtmiş olduğu ve yabancılaşma eylemini gerçekleştirmesi en muhtemel olan sınıfın işçi sınıfı olduğu göz önünde bulundurulduğunda işçilerin çalışma sürelerinin büyük bir kısmında kas gücü ile çalıştıkları görülebilmektedir. Kas gücü ile çalışan ve bir iş günü içerisinde uzun saatler faaliyet gösteren işçiler çoğunlukla iş dışında arta kalan vakitlerinde fiziksel olarak dinlenmeyi ve sosyalleşmeyi tercih etmektedirler.

Günümüzde gelişen iletişim teknolojilerinin günlük yaşantımızın hemen her anına dahil olmasıyla birlikte kitle iletişimi olgusu büyük bir hız ve etkileşim kazanmıştır. Türkiye’de ve dünyada gerçekleştirilen teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin kitle iletişim araçlarına entegre edilmesi, bu araçların yerel ve küresel etkilerini de arttırmıştır. Etkileri artan kitle iletişim araçlarının mülkiyetini elinde bulunduran sermaye grupları, bu araçları reklamverenlere kiralayarak onların izlerkitlenin boş zamanlarını satın almalarına olanak sağlamaktadır. Sermaye yalnızca reklamlarla izlerkitleye ulaşmamakta, aynı zamanda ideolojileri doğrultusunda seri olarak üretilen içeriklerin sahibi oldukları ya da yakın ilişki içerisinde oldukları kitle iletişim araçları vasıtasıyla kamuoyuna iletilmesiyle de izlerkitlenin serbest zamanı üzerinde tahakküm kurmuştur.

Serbest zaman giderek metalaştıkça ve sanayileştikçe, sokaklarda taşınan reklam panoları veya pazar yerlerindeki tüccarların bağırsıkları gibi müşteri kazanmanın eski yöntemlerine artık güvenilemez konuma geldiğini belirten Rowe, eğlence endüstrilerinin onları müşteri tabanlarına bağlamak için kitle iletişim araçlarına güvenmeye başladıklarını ifade etmektedir. Rowe, serbest zaman harcamalarının isteğe bağlı olması nedeniyle medya aracılığıyla birincil talep gerekliliğinin, serbest zaman endüstrilerinin işletilmesinde özellikle önemli olduğunu ifade etmektedir (Rowe, 2006: 318).

Adorno, insanların serbest zamanla ne yaptığıyla ve sonunda ondan hangi fırsatların gelişebileceğiyle ilgili soyut bir genelleme olarak ortaya atılmaması gerektiğini savunmaktadır. Ona göre, serbest zaman terimi yaygın kullanımının öncesinde, kısıtlamasız, rahat bir yaşam tarzının ayrıcalığını, dolayısıyla niteliksel olarak farklı ve özel bir durumu ifade etmektedir. Adorno serbest zamanın düşünülmenin aksine zincirlenmiş bir karşıtlık ilişkisi içerisinde olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre, serbest zaman, insanları büyüü altında tutmaya devam eden toplumsal koşulların bütününe bağlıdır ve insanlar ne işlerinde ne de bilinçlerinde kendileri üzerinde gerçek bir özgürlüğe sahip değillerdir (Adorno, 1991: 187). Adorno’nun insanların gerçek bir özgürlüğe sahip olmadıklarını iddia ettiği bireylerin toplum tarafından kendilerine atanan rollere bağlı kalmalarının sağlanması ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu noktada toplumsal rollerin bireylere devletin ideolojik aygıtlarının yanı sıra kitle iletişim araçları ve dolayısıyla da kültür endüstrisi kapsamında aktarıldığı ileri sürülebilmektedir.

Horkheimer ve Adorno, insanlara kendi toplumlarındaki konumlarının değiştiremeyeceğinin benimsetilmesi için eski çağlardaki gibi zorbalığın ve güç uygulanmasının yerini bilinç endüstrisine bıraktığını ifade etmektedirler. Horkheimer ve Adorno, günümüz sanayi toplumlarında insanların hayal kurmalarının bile imkânsız bir hal aldığını belirtmektedirler. Onlara göre, çağdaş insanın bireysel

hayalleri dahi kişinin toplumsal varoluşunun sınırları içerisinde biçimlenmektedir (Oskay, 2019: 309).

Herman ve Chomsky “Rızanın İmalatı” isimli eserlerinde sermayenin kitle iletişim araçları ile oluşturduğu görünmez baskıyı anlatmaktadırlar. Ortaya koydukları propaganda modeline göre, özel medya, bir ürün olarak okurları ve izleyicileri diğer işletmelere (reklamcılar) satan büyük şirketler olarak bulunmaktadır. Ulusal medya tipik olarak, bir yandan reklam amaçları için en uygun profil sağlayan ve diğer yandan özel ve kamusal alanda karar vermede rol oynayan seçkin fikirlerini, gruplarını hedef almakta ve onlara hizmet etmektedir. Herman ve Chomsky’ye göre ulusal medya, dünyanın katlanılabilir derecede gerçekçi bir tasvirini sunmasaydı seçkinlerin ihtiyaçlarını karşılamakta başarısız olacaktı. Ancak toplumsal amaçları, aynı zamanda, medyanın dünyayı yorumlama biçiminin, bu grupların egemen olduğu satıcıların, alıcıların, hükümet ve özel kurumların çıkarlarını ve kaygılarını yansıtmalarını da gerektirmektedir (Herman & Chomsky, 1988: 303).

Son birkaç yüzyıl bilgi ve deneyimle birlikte kitle iletişim araçları büyük bir genişleme ile karakterize edilmiştir. Nesiller için giderek daha fazla enformasyon saklanmakta, dağınık ve farklı insan popülasyonlarına iletilmektedir. Rowe, bu gelişmenin en önemli varoluşsal sonuçlarından birinin daha fazla sayıda insanın çok çeşitli deneyimlere ve “öbür dünyalar”a ilişkin anlık görüntülere erişiminin artması olduğunu ileri sürmektedir. Bu erişim ilk olarak yazılı basın tarafından sağlanmış, ancak teknolojik gelişmeler birçok dünya vatandaşının hem uzaktaki olayları canlı ve anlık olarak deneyimlemesini hem de filmler ve pop şarkıları gibi özel olarak yaratılan görüntü ve seslere ulaşabilmesini sağlamıştır. Rowe’a göre, kitle iletişiminin boş zaman etkinliği üzerindeki etkisi o kadar kapsamlı olmuştur uygun bir analitik giriş noktası bulmak zordur (Rowe, 2006: 318-319). Sermayenin serbest zamanda dahi dolaylı olarak işçi üzerinde tahakkümünün devam ettiği, Rowe’un belirttiği gibi, kültür endüstrisi ürünlerinin iletilmesi ve belirli toplumsal rollerin böylelikle dikte ediliyor olması işçinin yabancılaştırıcı etki altında olduğunu göstermektedir. Bu noktada özel alanın ihlalinden söz edilebilmektedir.

Smythe’in izleyici emeği kavramı, kişinin ancak bir fabrikada ücret kazanması durumunda sömürülebileceği fikrine meydan okumuştur. Fuchs’un belirttiği üzere, tüketim kültürü çağı için sömürü kavramını ortaya koymuştur. Onun görüşü aynı zamanda ev ve özel alanın sömürüye karşı yalıtıldığı fikrine de karşı çıkmaktadır. Bu, 1970’lerden beri yeniden üretim emeğini değer yaratan ve dolayısıyla sermaye tarafından sömürülen bir iş olarak görmenin önemini vurgulayan

Marksist feminizmle paylaştığı bir kavrayış olarak bulunmaktadır (Fuchs, 2017: 110).

İş dışında arta kalan sürede fiziksel olarak dinlenmeyi hedefleyen işçi, bedenini dinlendirirken aynı zamanda kitle iletişim kanalları aracılığıyla kendisine iletilen içerikleri de tüketmektedir. Kendisine reklamlar aracılığıyla iletilen sınırsız mesaj içerisinde işçinin emeğine yabancılaşmasına yol açabilecek mesajlar da bulunabilmektedir. Gerek maddi imkansızlıkları gerekse ağır çalışma koşulları nedeniyle işçilerin yabancılaşma eylemini gerçekleştirmeleri ve reklamlarda iletilen mesajların da bunu pekiştirmesi muhtemeldir. Öyle ki mobil teknolojilerin yaygın kullanımıyla birlikte reklamverenlerin tüketiciye ulaşmak için serbest zamanı beklemesine gerek kalmamıştır. İşe giderken, iş yerinde, işte, molada, işten dönerken mobil cihazları kullanmakta olan bireyler kitle iletişim sürecine dahil olmaktadır. Buradan yola çıkılarak insanların artık yalnızca serbest zamanlarında değil artık belirli bir zaman dilimi gerekmez her an reklamlara açık olduğu ifade edilebilmektedir. Gerek kısa mesajlar ile gerekse görsel-ışitsel materyallerle birçok farklı formda reklam insanlara ulaşmaktadır.

Marcuse, bireyler kendilerini kendilerine dayatılan varoluşla özdeşleştirdiklerinde ve onda kendi gelişimlerini ve tatminlerini yaşadıklarında, yabancılaşma kavramının sorgulanabilir hale geldiğini öne sürmektedir. Bu özdeşleşme yanılsama değil, gerçekliktir. Ancak gerçeklik, yabancılaşmanın daha ilerici bir aşamasını oluşturmaktadır. İkincisi tamamen nesnel hale gelmektedir. Marcuse'un belirttiği üzere, yabancılaşan özne, yabancılaşmış varoluşu tarafından yutulmaktadır. Ona göre artık tek bir boyut vardır ve o her yerde ve her biçimdedir. (Marcuse, 2007: 13). Bu noktada hayatını idame ettirebilmek üzere emeğine yabancılaşan bir işçinin gerçekliği kendi yabancılaşmış halidir denilebilmektedir. Burada işçinin yalnızca emeğine değil aynı zamanda kendi özüne yani çalışma öncesi varlığına da yabancılaştığı söylenebilmektedir.

ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Yüzyıllardır tüm insanlığın karşılaşmakta olduğu bir olgu olan yabancılaşma ve günümüz toplumlarında bu olgunun gerek geleneksel gerekse dijital medya aracılığıyla olumsuz yönde pekiştirilmesi bu çalışmanın problemini ortaya koymaktadır. Her ne kadar yabancılaşma kavramı dünyada 19. yüzyıldan itibaren konuşulmaya başlanmış olsa da olgunun varlığı mülkiyet kavramıyla birlikte insan hayatında etki sahibi olmaya başlamıştır. Yabancılaşma duygusuyla birlikte insanlar kendilerini sosyal çevrelerinden, işlerinden, ailelerinden ve daha birçok farklı alandan soyutlamaktadırlar.

Türkiye’deki asgari ücret, işçilerin çalışma koşulları, güncel otomobil fiyatları ve bu fiyatlara göre alım gücünün değerlendirilmesi işçinin kendi emeğine yabancılaşma sorununu beraberinde getirmektedir. Bu noktada geleneksel ve dijital kitle medyası tarafından servis edilen içerikler ve reklamların yabancılaşan emek bağlamındaki rolünün ele alınması alana katkı sağlayıcı olacaktır.

ARAŞTIRMANIN SORULARI

Çalışmanın problemi ve bu doğrultuda gerçekleştirilen literatür taraması bağlamında uygulanan araştırmada aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır.

A.S.1: Otomobil reklamları, oto sanayi sitelerinde çalışan işçilerin emek yabancılaşmasında nasıl bir role sahiptir?

A.S.2: Oto sanayi sitelerinde çalışan işçiler, otomobil reklamlarını nasıl algılamaktadır?

A.S.3: Otomobil reklamlarında hangi unsurlar, oto sanayi sitelerinde çalışan işçilerin yabancılaşma oluşumunda role sahiptir?

A.S.4: Otomobil reklamlarını izledikten sonra katılımcılarının mesleklerine ilişkin yaklaşımlarında herhangi bir değişim yaşanmış mıdır?

AMAÇ VE YÖNTEM

Günümüz toplumlarında teknolojinin gelişmesiyle birlikte reklamlar günlük yaşamın her anında karşımıza çıkmaktadır. Çoğunlukla bir ürün ya da hizmetin satın alınmasına teşvik amaçlı gerçekleştirilen reklam çalışmaları medyada 7’den 70’e milyonlarca insana ulaşmaktadır. Ulusal ve dijital platformlarda yayınlanan reklamlar hedef kitlelerinin dışında birçok farklı insana da ulaşmaktadır. Bu çalışmada yabancılaşan emek olgusunun meydana gelişinde kitle iletişim araçları aracılığıyla iletilen otomobil reklamlarının rolü oto sanayi sitelerinde çalışan işçiler üzerinden değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Gerçekleştirilen araştırma, dünya genelinde birçok insanın neredeyse her gün hissetmekte oldukları yabancılaşma olgusunun reklamlarla ilişkisini incelemektedir. İnsanları buhrana sürükleyecek kadar ileri boyutlara gidebilen bu duygunun, geleneksel ve dijital medya kanalları üzerinden yayınlanan reklamlar aracılığıyla izlerkitleye iletilerek pekiştirildiği düşünülmektedir. Bu noktada yayınlanan reklamlardaki hangi olguların işçileri olumsuz etkilediğinin anlaşılması önem arz etmektedir.

Çalışma kapsamında otomobil reklamlarının ele alınmıyor olmasının sebebi gün geçtikçe artış gösteren sıfır ve ikinci el araç fiyatları ve enflasyona bağlı olarak sürekli bir düşüş yaşayan alım gücüdür. Araştırmada otomobil reklamlarının emeğin yabancılaşmasındaki rolü oto sanayi sitelerinde çalışan işçilerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış olarak yapılan derinlemesine görüşmeler ile değerlendirilmiştir.

Çalışmada araştırma tekniği olarak sosyal bilimlerde bir nitel araştırma tekniği olan durum analizinden, veri toplama yöntemi olarak da derinlemesine mülakat yönteminden faydalanılmıştır. Derinlemesine mülakat tekniği, araştırmacılara çalıştıkları konu ile ilgili yüz yüze görüşme sağlayarak, yöneltilen açık uçlu sorular ile detaylı veri elde edebilme fırsatı sunan bir yöntem olarak ele alınabilmektedir. Teknik, araştırmacıların görüşülen kişinin konuyla ilgili düşüncelerinin yanı sıra duygularını da gözlemleyebilmelerine imkân sunmaktadır.

Nitel görüşme, görüşülen kişiye, çalışmada ele alınan konu hakkında nitelikle ilgili ayrıntılı soruların sorulması, konu ile ilgili detaylı bilgi alınmasıdır. Bu tür görüşmelere “derinlemesine görüşme/mülakat” adı verilmektedir. Burada sorulan sorular, genel bir çerçeve çizmek için hazırlanmaktadır. Verilen yanıtlara bağlı olarak görüşmeci tarafından yeni sorular ve ara sorular sorularak görüşme devam ettirilmektedir (Aziz, 2020: 81). Galletta’ya göre yarı yapılandırılmış görüşmeler dikkate değer bir potansiyele sahiptir. Ona göre, araştırma sorusunun belirli boyutlarını ele almak için esneklik özelliği yapılandırılmışlığı ortaya koymaktadır ve aynı zamanda bu tür araştırmalar katılımcılarına çalışma konusuna yeni anlamlar sunmaları için alan bırakmaktadır (Galletta, 2013: 1-2).

Görüşmelerin oto sanayi sitelerinde çalışan işçiler üzerinden gerçekleştirilmesinin gerekçesi ise otomobil parçalarının üretiminde ya da tamirati sürecinde zorlu çalışma koşullarında işçilerin çalışmasıdır. Böylelikle hemen hemen her gün işçinin üzerinde çalıştığı metanın reklamlarının yabancılaşan emekteki rolü ele alınmaktadır. Bu doğrultuda araştırma, oto sanayi sitelerinde çeşitli uzmanlıklarda 10 işçiyi kapsamaktadır. Çalışma kapsamında işçilerin kimlikleri açıklanmamış ve görüşme yapılan kişiler “Katılımcı 1”, “Katılımcı 2”, “Katılımcı 3” şeklinde numaralandırılarak ele alınmıştır.

BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırma kapsamında işçilerin emeklerine yabancılaşma durumlarında reklamların rolünün anlaşılabilmesi için kendilerine 7 soru yönlendirilmiştir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme uygulandığı için katılımcıların verdikleri yanıtlar irdelenerek kendilerine bu yanıtlar üzerinden tekrar soru sorulmuştur. İşçilerin icra ettiği meslekte geçirdiği süre yabancılaşma duygusunun oluşmasın-

da etkin bir rol oynamaktadır. Bu nedenle görüşülen kişilere bu mesleği ne kadar süredir yaptıkları sorulmuştur. İşçilere günde kaç saat çalıştıkları ve çalışma saatleri dışında kendilerine vakit ayırıp ayıramadıkları sorulmuştur. Yoğun çalışma saatleri de işçilerin yabancılaşmasına sebep olan değişkenlerdendir. İşçilere çalışma saatleri dışında kendilerine kalan vakitte dinlenmek için neler yaptıkları sorulmuştur. İşçilerin yoğun çalışma koşulları nedeniyle yalnızca fiziksel olarak dinlenmeye vakit ayırabilmelerinin beraberinde yabancılaşmayı getirdiği bilinmektedir. İşçilere yapmakta oldukları işlerinin kendilerini tatmin edip etmedikleri, ediyorsa neden bir tatmin duygusu yaşadıkları öğrenilmeye çalışılmıştır. Yapılan işten maddi ya da manevi bir tatmin alınmadığı takdirde yabancılaşmanın gerçekleşmesinin kaçınılmaz olduğu bilinmektedir. İşçilere ülke genelindeki çalışma koşullarını ve otomobil fiyatlarını nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Yapmakta oldukları işle yakın bir bağlantısı olduğu için alım gücü ile fiyatlandırmalar arasındaki farkla ilgili konuya yaklaşımları önem arz etmektedir. İşçilere televizyon, gazete, dergi, radyo, internet gibi medya kanalları üzerinden maruz kaldıkları otomobil reklamları ile ilgili düşünceleri sorulmuştur. Son olarak işçilere izledikleri/gördükleri/dinledikleri reklamlardan sonra icra etmekte oldukları mesleklerine bakış açılarında herhangi bir değişme olup olmadığı sorulmuştur.

Katılımcı 1, 7 yıldır oto sanayi sitesinde işçi olarak çalışmaktadır. Yaz aylarında günde 12 saat, kış aylarında ise günde yaklaşık 8 saat çalışıyor. Çalışma saatleri dışında kendine vakit ayırabiliyor. Vaktini evinde değerlendiriyor. Katılımcı, çalışma saatleri dışında kalan zamanını uyuyarak geçirdiğini belirtmektedir. Uyumanın yanı sıra kitap okuyarak ve film izleyerek de vakit geçirmektedir. Katılımcı yaptığı işten öncelikle baba mesleği olması dolayısıyla tatmin olduğunu belirtmiştir. Sonrasında ise bu işin eğitimini almış olmasının da tatmin duygusunu elde etmesinde etken bir rol oynadığını vurgulamıştır. Görüşülen kişi otomobil fiyatları ve alım gücü arasındaki farkın yeni bir araba alınamayacak kadar yüksek olduğunu belirtmektedir. Otomobil reklamlarının çok cezbedici geldiğini ancak kendisine gösterilenin ulaşılamayacak bir ürün olduğunu belirtmektedir. Kişi maruz kaldığı reklamlardan sonra mesleğine bakış açısında bir değişme olmadığını dile getirmiştir. Ancak bunu belirtirken “ne yapalım”, “yapacak bir şey yok”, “bu şekilde mutluyum” ve “başka şansımız yok bu ülkede” ifadelerini kullanmıştır.

Katılımcı 2, 30 yıldır oto sanayi sitesinde işçi olarak çalışmaktadır. Günde 8-10 saat arası çalışan katılımcı, çalışma saatlerinin dışında kendisine çok zor vakit ayırabildiğini belirtmiştir. Çalışma saatleri dışında kalan zamanda ancak fiziksel bir dinlenme gerçekleştirebilmektedir. Yaptığı işin kendisini tatmin edip etmediği sorulduğunda katılımcı, “ekmek parasını ancak kazanabildiğini” belirtmektedir. Dolayısıyla yapmakta olduğu iş kendisini tatmin etmemektedir. Görüşülen kişi

otomobil fiyatları ve alım gücü arasındaki farkın yüksek olduğunu ve bu farkın daha çok vergilendirmelerden kaynaklandığını düşünmektedir. Katılımcı maruz kaldığı reklamları düşündüğünde kendisini hedef kitle olarak görmediğini ve yalnızca işine odaklandığını ifade etmektedir. Katılımcı, izlediği reklamlardan sonra yaptığı işe karşı olan yaklaşımında herhangi bir değişiklik olmadığını belirtmiştir. Buna ek olarak yine her ne kadar tatmin edici olmadığını belirtmiş olsa da yaptığı işe odaklandığını “ben işimi yapar geçerim” diyerek belirtmiştir.

Katılımcı 3, 6 yıldır oto sanayi sitesinde işçi olarak çalışmaktadır. Ortalama olarak günde 8 saat çalıştığını belirten katılımcı, kendisine biraz vakit ayırabildiğini belirtmektedir. Çalışma saatleri dışında kalan zamanda dinlendiğini ve film izlediğini ifade etmektedir. Yaptığı işin kendisini tatmin edip etmediği sorulduğunda katılımcı, yaptığı işten tatmin olduğunu belirtmiştir. Nedeni sorulduğunda ise sevdiği işi yaparken para kazanmanın tatmin edici olduğunu söylemektedir. Görüşülen kişi, Türkiye’de bir otomobil satın almanın çok zor olduğunu dile getirmektedir. Her şeyin pahalı olduğunu ve sıfır bir araç satın almanın zor olduğunu vurgulamaktadır. Katılımcı maruz kaldığı reklamlar ile ilgili düşünceleri kendisine sorulduğunda reklamlara ancak “bakıp geçtiğini” ifade etmiştir. Kendisini cezbetmediğini, bir şey ifade etmediğini belirtmektedir. Katılımcı, izlediği reklamlardan sonra yaptığı işe karşı olan yaklaşımında herhangi bir değişiklik olmadığını, düşüncelerinin aynı kaldığını belirtmiştir.

Katılımcı 4, 7 yıldır oto sanayi sitesinde çalışmaktadır. Katılımcı günde en az 10-12 saat çalıştığını söylemektedir. Çalışma saatleri dışında kendisine kesinlikle vakit ayıramadığını dile getirmektedir. Kalan zamanı uyuyarak, spor yaparak ve arkadaşlarıyla vakit geçirerek değerlendirdiğini belirtmektedir. Yaptığı işin kendisini tatmin edip etmediği sorulduğunda katılımcı, yaptığı işten tatmin olduğunu belirtmiştir. Nedeni sorulduğunda ise çalıştığı sektörden memnun olduğunu dile getirmiştir. Görüşülen kişi, Türkiye’de otomobil fiyatlarının aşırı pahalı olduğunu belirtmektedir. Gelirinin ortalamasının üzerinde olduğunu varsayarak kullanmakta olduğu 2000 model aracın çağın gerisinde kaldığını belirtmektedir. Yurtdışında insanların 4 yılda bir araç değiştirebileceğini ifade eden katılımcı, reklamlarda otomobillerden çok ucuzmuş gibi bahsedildiğini söylemektedir. Ancak otomobil fiyatlarının aslında “çılgın paralar” olduğunu belirtmiştir ve bu otomobilleri “alamayacak olduğumuz şeyler” olarak tanımlamaktadır. Katılımcı, izlediği reklamlardan sonra mesleğine bakış açısında bir değişim olup olmadığı sorulduğunda “bedavaya çalışıyoruz!” yanıtını vermiştir. Firma sahiplerinin “çılgın” paralar kazandığını ileri sürmektedir. Aynı sektörde çalışan bir işçi olarak kendisinin yaptığı iş ile otomobilin satış fiyatı arasındaki farkın “çılgın” olduğunu düşünmektedir.

Katılımcı 5, 11 yıldır oto sanayi sitelerinde işçi olarak çalışmaktadır. Katılımcı yaz aylarında günde 12 saate yakın, kış aylarında ise günde 8-10 saat arası çalıştığını belirtmiştir. Yaz aylarında kendine pek vakit ayıramadığını, sadece Pazar günlerini kendine ayırabildiğini ifade etmiştir. Yaza göre kış aylarında daha fazla kendisine vakit ayırabildiğini söylemektedir. Çalışma saatleri dışında dinlenmek için arkadaşlarıyla kahvehanede vakit geçirdiğini, alkol tükettiklerini ve uyumayı tercih ettiğini belirtmektedir. Yaptığı işin kendisini tatmin edip etmediği sorulduğunda katılımcı, yaptığı işten tatmin olmadığını belirtmiştir. Nedeni sorulduğunda ise çalıştığı ortamın neden olduğunu ifade etmektedir. Görüşülen kişi otomobil fiyatlarını “hayal seviyesinde denilebilecek kadar çok yüksek” olarak tanımlamaktadır. Katılımcı reklamlarda otomobillerin bütün özelliklerinin sayıldığını, “milletin ağzının suyunun akıtıldığını”, insanların “canının çektiğini”, satın almak istediklerini, ancak satın alamadıklarını, çünkü otomobil fiyatlarının çok pahalı olduğunu ifade etmektedir. Katılımcı, izlediği reklamlardan sonra mesleğine bakış açısında bir değişme olup olmadığı sorulduğunda icra etmekte olduğu meslekten bir kat daha soğuduğunu belirtmiş, hatta lanet etmiştir. Bu ülkede ne otomobil satın alınabileceğini ne de satılabileceğini, reklamların tek amacının “ağıza bir parmak bal çalmak” olduğunu ifade etmektedir.

Katılımcı 6, 18 yıldır oto sanayi sitesinde işçi olarak çalışmaktadır. Yaz aylarında ortalama olarak 13-14 saat çalıştıklarını ifade eden katılımcı, kış aylarında bu sürenin 8-10 saat ortalamasında olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte katılımcı yoğun çalışma koşulları nedeniyle çalışma saatleri dışında kendisine yalnızca Pazar günleri vakit ayırabildiğini ifade etmektedir. Çalışma saatleri dışında kendisine kalan zamanı nasıl değerlendirdiği sorulan katılımcı, Pazar günlerini ailesiyle birlikte geçirdiğini belirtmektedir. Yapmakta olduğu iş ile ilgili tatmin durumu kendisine sorulduğunda ise katılımcı “işimi seviyorum” yanıtını vermiştir. Bununla birlikte “anladığım işi yapıyorum” notu ile de bu soruya ekleme yapmıştır. Katılımcı, Türkiye’deki otomotiv sektörünün çalışma koşulları ve otomobil fiyatları ile ilgili olarak “Otomobil fiyatı da yedek parça fiyatı da pahalı. Sektör çalışanları bunu fırsat bilip yüksek fiyatlı işçilik yapıyor” açıklamasını yapmıştır. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla izlediği, gördüğü, dinlediği otomobil reklamlarıyla ilgili düşünceleri sorulan katılımcı, reklamların güzel olduğunu ancak fiyatların yüksekliğinden dolayı alım gücünün olmadığını belirtmiştir. Bu reklamları tecrübe ettikten sonra mesleğine bakışında bir değişiklik olup olmadığı sorulan katılımcı, herhangi bir değişikliğin olmadığını dair yanıt vermiştir.

Katılımcı 7, yaklaşık olarak 9 yıldır otomobil tamircisi olarak çalışmaktadır. Günde ortalama 12 saat çalıştığını belirten katılımcı çalışma koşulları nedeniyle işinden arta kalan sürede ne kendisine ne de çevresindekilere vakit ayıramadığını ifade etmektedir. Çalışma saatleri dışında kalan zamanı nasıl değerlendirdiği

sorulan katılımcı, “vakit ayırabildiğim zamanlarda genellikle vaktimin çoğunu dinlenerek geçiriyorum” yanıtını vermiştir. Yapmakta olduğu işe dair tatmin olma durumu sorulduğunda katılımcı, işini sevdiğini ve bu bağlamda işinin kendisini tatmin ettiğini söylemektedir. Ancak buna ek olarak “maddi açıdan günümüz ekonomik şartları düşünülürken aldığım paranın beni tatmin ettiği söylenemez” açıklamasını yapmıştır. Türkiye’deki otomotiv sektörünün çalışma koşullarının “ağır ve yoğun” olduğunu ifade eden katılımcı, otomobil fiyatlarıyla ilgili olarak “sanırım uzunca bir süre otomobil sahibi olamayacağım gerek sıfır otomobillerdeki vergiler gerekse ikinci el piyasasındaki fahiş fiyatlar sebebiyle” açıklamasında bulunmuştur. Katılımcı televizyon, gazete, dergi, radyo, internet gibi medya kanalları üzerinden maruz kaldığı reklamlarla ilgili düşünceleri kendisine sorulduğunda “yani son çıkan teknolojik gelişmeleri emekçi insanlar olarak ancak bu şekilde takip edebiliyoruz” yanıtını vermiştir. Bu reklamlardan sonra mesleğine olan bakışını değerlendirdiğinde ise katılımcı, mesleğine dair düşüncelerinde herhangi bir değişiklik olmadığını ifade etmiştir.

Katılımcı 8, oto tamir ve bakım işçisi olarak 12 yıldır çalışmaktadır. Günde ortalama 12 saat çalışmakta olan katılımcı, bazı haftalar Pazar günleri tatil yapabildiğini belirtmektedir. Katılımcı, çalışma saatleri dışında kendisine kalan süreyi hafta içi arkadaşlarıyla, hafta sonu ise ailesiyle değerlendirdiğini ifade etmektedir. Yapmakta olduğu işin kendisini tatmin etmediğini belirten katılımcıya neden bu şekilde düşündüğü sorulduğunda “ne kadar çalışsam da para yetmiyor” yanıtını vermiştir. Kendisinden Türkiye’deki otomotiv sektörünün çalışma koşullarını değerlendirmesi istenen katılımcı, “ağır ve kirli” bir çalışma ortamının bulunduğunu ifade etmektedir. Otomobil fiyatları hakkındaki düşünceleri sorulduğunda ise fiyatları çok yüksek bulduğuna dair yanıt alınmıştır. Kitle iletişim araçları üzerinden kendisine iletilen otomobil reklamları ile ilgili düşünceleri sorulduğunda katılımcı reklamları beğendiği ancak otomobil fiyatlarının yüksek olduğunu düşündüğünü belirtmiştir. Kendisine iletilen bu reklamlardan sonra katılımcının mesleğine bakışında herhangi bir değişiklik olmadığını öğrenilmiştir.

Katılımcı 9, yaklaşık olarak 7-8 yıldır oto sanayi sitesinde elektrikçi olarak çalışmaktadır. Günde ortalama 11 saat çalıştığını belirten katılımcı, çalışma saatleri dışında Pazar günleri kendisine vakit ayırabildiğini ve bu süreyi ailesi ve arkadaşlarıyla birlikte değerlendirdiğini ifade etmektedir. Katılımcı serbest zamanının olmaması sebebiyle işinin kendisini tatmin etmediğini belirtmektedir. Katılımcıya Türkiye’deki otomotiv sektörünün çalışma koşulları hakkındaki düşünceleri sorulduğunda “kendi işim olduğu için çalışma koşulları güzel” yanıtı alınmıştır. Bununla birlikte katılımcı, Türkiye’deki otomobil fiyatlarının “çok yüksek” olduğunu söylemektedir. Kitle iletişim araçları aracılığıyla kendisine iletilen otomobil reklamları hakkındaki görüşleri katılımcıya sorulduğunda kendisi reklamlar-

dan etkilenmediğini, Türkiye’deki otomobillerin diğer ülkelerdeki otomobillere göre daha düşük segment olduğuna dair bir yanıt alınmıştır. Katılımcı otomobil reklamlarının “göz boyama çabası ama boş bir çaba” olduğunu düşünmektedir. Reklamların mesleğine bakışında herhangi bir değişikliğe sebep olup olmadığı sorulduğunda ise “reklamların bir etkisi olmuyor” yanıtı alınmıştır.

Katılımcı 10, 15 yıldır oto elektrikçisi olarak sanayi sitelerinde çalışmaktadır. Günde ortalama 8-10 saat arasında çalıştığını belirten katılımcı, çalışma saatleri dışında genellikle kendisine vakit ayırabildiğini ifade etmektedir. Katılımcı, çalışma saatlerinden geriye kalan süreyi nasıl değerlendirdiği sorulduğunda ise vaktinin çoğunu arkadaşlarıyla birlikte ya da dinlenerek geçirdiğini söylemektedir. Görüşülen kişi yaptığı işin kendisini tatmin ettiğini söylemektedir. Katılımcı bunun nedeninin ise işi kendisinin kurmuş olması ve severek yapması olduğunu ifade etmektedir. Katılımcıdan Türkiye’deki otomotiv sektörünün çalışma koşullarını değerlendirmesi istenildiğinde “sektörde çalışma saatleri çok fazla, iş yükü ve şartlar da çok ağır” yanıtı alınmıştır. Bununla birlikte otomobil fiyatlarını değerlendirmesi istenildiğinde katılımcı “otomobil fiyatlarına gelecek olursak fiyatlar çok yüksek, sıfır otomobil almak neredeyse hayal” ifadesinde bulunmuştur. Katılımcı, kitle iletişim araçlarıyla kendisine iletilen otomobil reklamlarının etkileyici olduğunu, bu sayede sektördeki son model araçlar ve teknolojiler yenilikler hakkında bilgi edinebildiğini belirtmektedir. Kendisine iletilen reklamların mesleğine bakışında herhangi bir değişikliğe neden olup olmadığı sorulduğunda ise katılımcı herhangi bir değişimin olmadığı yönünde yanıt vermiştir. Bununla birlikte reklamları izledikten sonra mesleğinin ne kadar geliştiğini gördüğünü söylemektedir.

Tablo 1. İşçilerin Çalışma Koşulları

Katılımcı	Çalıştığı Yıl	Uzmanlık Alanı	Günlük Çalışma Süresi
Katılımcı 1	7 yıl	Elektrikçi	12 saat
Katılımcı 2	30 yıl	İşçi	8-10 saat
Katılımcı 3	6 yıl	İşçi	8 saat
Katılımcı 4	7 yıl	Elektrikçi	10-12 saat
Katılımcı 5	11 yıl	İşçi	12 saat
Katılımcı 6	18 yıl	İşçi	13-14 saat
Katılımcı 7	9 yıl	Tamir-Bakım	12 saat
Katılımcı 8	12 yıl	Tamir-Bakım	12 saat
Katılımcı 9	7-8 yıl	Elektrikçi	11 saat
Katılımcı 10	15 yıl	Elektrikçi	8-10 saat

Tablo 1’de araştırma kapsamında görüşülen işçilerin çalışma koşulları gösterilmektedir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda görüşülen işçilerin en az 6, en fazla 30 yıldır oto sanayi sitelerinde işçi olarak görev yaptıkları öğrenilmiştir. Ülke genelinde değerlendirildiğinde kazançlarının çok yüksek olmadığı ve çalışma şartlarının ağır olduğu bilinen oto sanayi işçilerinin çalışma sürelerinin oldukça uzun olduğu görülebilmektedir. Her ne kadar oto sanayi sitelerinde çalışan işçilerin günlük çalışma saatleri yaz ve kış aylarında farklılık gösterse de katılımcılarla yapılan görüşmelerden de anlaşılacağı üzere ortalama olarak günlük 12 saat çalıştıklarını söylemek mümkündür. Yapılan görüşmelerde katılımcıların çalışma saatleri dışında kendilerine çok fazla vakit ayıramadıkları, çalışma dışında kalan sürelerde de ya fiziki olarak dinlendiklerini ya da aile ve sosyal çevreleriyle vakit geçirdikleri görülmektedir. Bazı katılımcıların ise yoğun çalışma koşulları nedeniyle yalnızca dinlenmeye vakit ayırabildikleri öğrenilmiştir.

Katılımcıların paylaştıkları bilgiler A.S.1 bağlamında ele alındığında görüşülen 10 katılımcıdan 3’ü maruz kaldıkları otomobil reklamlardan sonra mesleklerine bakış açılarında değişme olduğunu belirtmiştir. Bu kişilerin buldukları ortak payda ise otomobillerin satış fiyatları değerlendirildiğinde aynı sektörde olmalarına rağmen kendilerinin elde ettikleri kazancın ne kadar düşük olduğudur. Bununla birlikte mesleklerinin ağır çalışma koşullarının da kanaatlerini destekler nitelikte olduğu söylenebilmektedir. Her ne kadar katılımcılardan 7’si reklamları izledikten sonra mesleklerine yaklaşımlarında herhangi bir değişme olmadığını ifade etseler de kendilerine yöneltilen diğer sorulardan emeklerine hali hazırda yabancılaştıkları ve üretiminde faaliyet aldıkları metanın ulaşılamaz olduğunu düşündükleri görülebilmektedir. Bu doğrultuda değerlendirildiğinde kitle medyası ve reklamların salt yabancılaştırıcı unsurlar olmadığını ancak işçinin emeğine yabancılaşmasında olumsuz pekiştirici olarak ele alınabileceğini göstermektedir.

A.S.2 bağlamında katılımcıların otomobil reklamlarına ilişkin paylaştıkları ifadelerin dökümleri Tablo 2’de görülebilmektedir.

Tablo 2. İşçilerin Otomobil Reklamlarına İlişkin Düşünceleri

Katılımcı	Otomobil Reklamlarına İlişkin Düşünceler
Katılımcı 1	Otomobil reklamlarının cezbedici ancak otomobiller ulaşılamayacak ürünler.
Katılımcı 2	Kendisini hedef kitle olarak görmüyor.
Katılımcı 3	Reklamların ilgisini çekmediğini ifade ediyor.

Katılımcı 4	Otomobil fiyatlarının çok yüksek, otomobiller alınamayacak şeyler.
Katılımcı 5	Otomobillerin tüm özellikleri sayılıyor, özendirici, fiyatları pahalı olduğu için satın alınamaz şeyler.
Katılımcı 6	Reklamlar güzel, fiyatlar yüksek ve alım gücü yok.
Katılımcı 7	İşçilerin/emekçileri son teknolojileri yalnızca reklamlardan takip edebilir.
Katılımcı 8	Reklamlar güzel, fiyatlar yüksek.
Katılımcı 9	Göz boyamak için yapılan boş bir çaba.
Katılımcı 10	Reklamlar etkileyici, son model araç ve teknolojik yenilikler hakkında bilgi mevcut.

İşçilerin otomobil reklamlarına ilişkin düşüncelerinin gösterildiği Tablo 2'ye göre, katılımcılar içerisinde yalnızca Katılımcı 10'un olumlu görüş belirttiği ifade edilebilmektedir. Diğer katılımcılar reklamları beğenseler dahi reklamları doğrudan otomobil fiyatları ile ilişkilendirdikleri için genel kanaatleri olumsuz olarak ele alınabilmektedir. Katılımcılardan elde edilen yanıtlarda reklamları izledikten sonra otomobillerle ilgili ortak ifadeler kullandıkları görülmüştür. Bu doğrultuda katılımcıların verdikleri yanıtlardan yola çıkılarak "otomobil fiyatlarının yüksek olduğunu", "otomobillerin alınamayacak/ulaşılamayacak şeyler olduklarını" ve "kendilerinin otomobil reklamlarının hedef kitlesi olmadıklarını" düşündükleri görülebilmektedir.

Tablo 2'de A.S.3 bağlamında otomobil reklamlarında hangi unsurların işçinin emeğine yabancılaşmasında role sahip olduğu katılımcılardan alınan yanıtlardan anlaşılabilir. İşçilerin ifadelerine göre üzerinde ağır koşullarda uzun süre çalıştıkları meta olan otomobilin, alım gücünün düşüklüğü nedeniyle satın alınamayacak olması reklamlar vasıtasıyla kendilerine hatırlatılmaktadır. Bunun yanı sıra reklamlarda gösterilmekte olan otomobillerin özellikleri ve yeni teknolojileri kendilerine "özendirici" ya da "cezbedici" bir biçimde sunulmaktadır. Bu doğrultuda işçiler son model teknolojik otomobilleri ve bu otomobillere dair güncel gelişmeleri yalnızca reklamlar aracılığıyla elde edebilmektedir.

Otomobil reklamlarını izledikten sonra katılımcıların mesleklerine ilişkin yaklaşımlarında herhangi bir değişimin yaşanıp yaşanmadığı A.S.4 ile ele alındığında görüldüğü gibi 10 katılımcıdan 3'ü maruz kaldıkları otomobil reklamlardan sonra mesleklerine bakış açıları değişme olduğunu belirtmiştir. Bu kişilerin buldukları ortak payda ise otomobillerin satış fiyatları değerlendirildiğinde aynı sektörde olmalarına rağmen kendilerinin elde ettikleri kazancın ne kadar düşük olduğudur. Bununla birlikte mesleklerinin ağır çalışma koşullarının da

kanaatlerini destekler nitelikte olduğu söylenebilmektedir. Katılımcılar bu doğrultudaki görüşlerini mesleklerinden soğudukları, reklamların özendirici ve aldatıcı oldukları, kendilerinin çok düşük ücretlerle çalışırken firma sahiplerinin çok daha yüksek kazanımlar elde ettikleri doğrultusunda ifade etmişlerdir. Bununla birlikte “yapacak bir şey yok”, “ne yapalım”, “başka şansımız yok bu ülkede” gibi ifadelerle katılımcıların içerisinde buldukları düzene ilişkin hoşnutsuzlukları anlaşılabilir.

Yaptıkları işten tatmin olup olmadıkları sorulduğunda katılımcılardan 6’sı tatmin olduğunu, 4’ü ise tatmin olmadığını belirtmiştir. Yaptıkları işten tatmin olan işçilerin tatmin olma nedenlerin çoğunlukla daha duygusal olduğu gözlemlenirken, yaptıkları işten tatmin olmayan işçilerin ortak özellikleri ise çalışma saatlerinin çok, kazancın ise düşük olduğu yönünde görülmektedir.

SONUÇ

Zaman içerisinde üretim teknolojilerinin gelişimi ve Sanayi Devrimi ile tarım arazilerinin işlenmesinde kullanılan aletlerin mülkiyeti sermayenin hedefi olmuştur. Rahatlık ve lüksten önce geçim derdine çözüm arayan insan böylelikle hayatta kalabilmek için sermayenin tahakkümü altına giriş yapmıştır. Tarımsal üretim araçlarını mülkiyetine geçiren sermaye, sanayi üretim tesislerini de kurarak işçinin emeği üzerinde söz sahibi konuma gelmiştir. Bununla birlikte artık sermaye işçinin çalışma koşullarını belirler durumdadır. Ancak sermayenin mülkiyet sahipliği yalnızca tarımsal ya da sanayi üretim araçlarıyla sınırlı kalmamaktadır. Gerek iktidar ile olan ilişkileri gerekse sahibi olduğu kitle iletişim medya kanalları aracılığıyla işçinin çalışma dışında kalan serbest zamanı üzerinde de belirleyici bir role sahiptir.

Çalışma ile emeği biçim değiştirip sermayenin kontrolü altına giren işçi, buna ek olarak uzun saatler zorlu koşullarda çalışmaktadır. Fiziki olarak yıpranan, emeği tahakküm altına giren, sermaye adına ürettiği ürünü kendisi elde edemeyecek konumda olan işçinin emeğine yabancılaştığı söylenebilmektedir. İşçinin emeğine yabancılaşmasında çalışma olgusunun yanı sıra rol sahibi olan bir başka unsurun kitle medyası ve dolayısıyla reklamlar olduğu görülebilmektedir. Sermaye, sahibi olduğu medya kanalları aracılığıyla ideolojisi ya da iktidar ile olan ilişkisi doğrultusunda üretmekte olduğu medya içeriklerini yine sahibi olduğu kitle iletişim araçları ile insanlara iletmektedir. Bununla birlikte sermaye, işçinin çalışma saatleri içerisinde emeğini nasıl kullanacağına karar verirken aynı zamanda çalışma saatleri dışında kalan bireyin serbest zamanını değerlendirirken neyi tüketeyeceğine, düşüneceğine ya da konuşacağına karar vermektedir. Kitle medyası ile iletilen içeriklerin yanı sıra reklamverenler ürün ve hizmetlerini insanlara satmak üzere serbest zamanı sermayeden satın almaktadır. İşçinin, günün tamamını ağır şartlar

altında üzerinde çalıştığı meta ile geçirmesinin dışında bir de alım gücü yetmeyen bu metanın reklamlarla kendisine sunulması hem işçinin emeğine hem de ürettiği ürüne yabancılaşmasını beraberinde getirmektedir.

Çalışma kapsamında yapılan görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda uzun çalışma saatleri, düşük ücretler, otomobil fiyatlarının yüksek olması gibi değişkenlerden dolayı hali hazırda oto sanayi işçileri üzerinde varlığını koruyan bir yabancılaşma duygusunun hâkim olduğu gözlemlenebilmektedir. Çalışma koşulları, alım gücünün düşüklüğü ve otomobil fiyatlarının yüksekliği nedeniyle emeğine yabancılaşmış olan işçinin kitle medyası ve reklamlar ile yabancılaşma duygusu pekiştirilmektedir. Yapılan görüşmelerde, izledikleri reklamlar nedeniyle icra ettikleri mesleğe bakış açılarında değişim gözlemlenen yalnızca işçiler bulunmaktadır. Bu işçiler maruz kaldıkları reklamlardan sonra icra ettikleri mesleğe yönelik olumsuz düşünceler besler hale gelmişlerdir. İzledikleri reklamlar sonucunda işçilerin mesleklerine dair olumsuz düşüncelere sahip olmaları, otomobil reklamlarının onlara ürettikleri ya da var olabilmesi için çalıştıkları metanın ulaşılamaz olduğunu hatırlatmasından kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak işçileri kitle medyasının ve reklamların doğrudan yabancılaştırmadığı ancak ulaşılamayacak bir hayali kendilerine özendirici bir biçimde sunduğu için yabancılaşma sürecinde önemli bir rolünün olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda insanları buhrana sürükleyen yabancılaşma olgusunun giderilebilmesi için çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve işçi haklarının güvenceye alınması, ilgili sendikalar aracılığıyla işveren ile görüşme sağlanması gerekmektedir. Medyanın ise bu bağlamda toplumsal sorumluluklarını odağına alarak etik ve ahlaki kodlara riayet etmesi, sermayeden bağımsız bir yapılanma içerisine girmesi gerekmektedir. Bununla birlikte iktidar ve sermayenin tekelinde bulunan kitle medyasının tarafsız ve sorumluluk bilinci içerisinde üretim yapabilmesinin sağlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Aziz, A. (2020). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Berardi, F. (2009). *The Soul At Work: From Alienation To Autonomy*. Los Angeles: Semiotext(E).

Chomsky, N. (2005). *Government in The Future*, New York: Seven Stories Press.

Fuchs, C. (2017). *Dallas Smythe And Digital Labor*. Maxwell R. (Ed.). *The Routledge Companion To Labor And Media* (Ss. 109-127). New York: Routledge.

Galletta, A. (2013). *Mastering The Semi-Structured Interview And Beyond: From Research Design To Analysis And Publication*. New York: New York University Press.

Giddens, A. (1981). *A Contemporary Critique Of Historical Materialism: Vol. I Power, Property And The State*. Los Angeles: University Of California Press.

Habermas, J. (2003). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Herman, E. S. Ve Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon Books.

Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Marcuse, H. (2007). *One-Dimensional Man*. London: Routledge.

Marx, K. (2014). *Alienated Labour*. Wharton, A. (Ed.). *Working In America* (Ss. 22-30). New York: Routledge.

Marx, K. (1976). *1844 El Yazmaları – Ekonomi Politik ve Felsefe*. Ankara: Sol Yayınları, 1976.

Oskay, Ü. (2019). *Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Özbudun, S., Markus G. Ve Demirer T. (2007). *Yabancılaşma ve...* Ankara: Ütopya Yayınları.

Rowe, D. (2006). *Leisure, Mass Communication And Media*. Rojek, C., Shaw, S. Ve Veal, A. J. (Ed.). *A Handbook Of Leisure Studies*. (Ss. 317-331). Houndmills: Palgrave Macmillan.

Sayers, S. (2017). *Marx ve Yabancılaşma: Hegelyan Temelar Üzerine Yazılar*. İstanbul: Kor Kitap.

Tolan, B. (1980). *Çağdaş Toplumun Bunalımı: Anomi ve Yabancılaşma*. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.

Williams, R. (2007). *Anahtar Sözcükler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1 <http://www.birlesikmetal.org/index.php/tr/guncel/basin-aciklamasi/1866-bisam-02-22>, (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2023).

URL-2 <https://www.turkis.org.tr/turk-is-mayis-2023-aclik-ve-yoksulluk-siniri/>, (Erişim Tarihi: 31 Mayıs 2023).

URL-3 <https://www.dunya.com/sectorler/otomotiv/ikinci-el-otomobil-fiyatlarinda-zam-orani-belli-oldu-bir-yilda-buyuk-artis-haberi-683351>, (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2023).

SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞMİŞLİK AÇISINDAN BOŞANMA HIZI, DOĞURGANLIK HIZI VE SATINALMA GÜCÜ PARİTESİ FARKLILIKLARI

Oğuzhan PEHLİVAN

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

ozipehlivan@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0002-6779-4699>

<i>Atf</i>	PEHLİVAN, O. (2023). SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞMİŞLİK AÇISINDAN BOŞANMA HIZI, DOĞURGANLIK HIZI VE SATINALMA GÜCÜ PARİTESİ FARKLILIKLARI. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 354-382.
------------	---

ÖZ

Sosyal ve ekonomik bağlamda yapısal olarak geçirdiği devinim neticesinde ailedeki boşanma ve doğurganlık hızları ile satınalma gücü değişmektedir. Bu araştırmada, özellikle son yıllarda küreselleşme, pandemi ve ekonomik çalkantılar neticesinde Türkiye’de illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyinde ortaya çıkan farklılıkların ortaya konulması amaçlanmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu 2009-2021 yılları arası resmî verileri bağlamında illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre tek yönlü varyans analizleri (*ANOVA*) yapılmış, elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuş ve sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulguların genel değerlendirmesi neticesinde üç temel sonuca ulaşılmıştır. Birincisi, illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi boşanma oranları ile doğrusal anlamda ilintilidir. Boşanma hızının, sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan illerden düşük olan illere doğru kademeli bir düşüş gösterdiği saptanmıştır. İkincisi, sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi belirli bir seviyeye kadar doğurganlık hızı üzerinde etkili değilken belirli bir seviyenin altına düşmesi (altıncı düzey illerinin seviyesinin burada temel alınması gerektiği saptanmıştır) doğurganlık hızında anlamlı bir fark yaratmaktadır. Üçüncü olarak da sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi belirli bir seviyenin üstünde olduğunda (üçüncü grup ve üzeri olanlar) satınalma gücü paritesi anlamlı bir fark meydana

Geliş tarihi: 30.01.2023 – Kabul tarihi: 05.05.2023, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_y15i3005

Araştırma Makalesi-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

getirmektedir.Ayrıca; bu tür analizlerin iller düzeyi yerine illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi gibi daha uygun sınıflandırmalara göre yapılmasının daha anlamlı sonuçlar verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aile, Boşanma Hızı, Doğurganlık Hızı, Satınalma Gücü Paritesi, Sosyal-Ekonomik Gelişim Düzeyi.

DIFFERENCES IN DIVORCE RATE, FERTILITY RATE AND PURCHASING POWER PARITY IN TERMS OF SOCIAL ECONOMIC DEVELOPMENT LEVEL

ABSTRACT

As a result of the structural movement in the social-economic context, divorce and fertility rates in the family and purchasing power are changing. In this research, it is aimed to reveal the differences that emerged from base provinces in Türkiye as a result of globalization, pandemics, and economic turmoil, especially in recent years. In the context of the official data of the Turkish Statistical Institute between the years 2009-2021, a one-way analysis of variance (ANOVA) was made by the SPSS program according to the socio-development levels of the provinces, the findings were presented in tables and the results were interpreted. As a result of the general evaluation of the findings obtained from the research, three basic conclusions were reached. First, the social-economic development level of the provinces is linearly related to the divorce rates. The gradual decrease in divorce rates from provinces with a high social-economic development level to provinces with a low socio-development level explains this situation. Secondly, while the social-economic development level has no effect on the fertility rate up to a certain level, falling below a certain level (it was determined that the level of the sixth-level provinces should be taken as the basis here) creates a significant difference in the fertility rate. Thirdly, when the social-economic development level is above a certain level (those in the third group and above), purchasing power parity creates a significant difference. Moreover, it has been concluded that performing such analyzes according to more appropriate classifications such as the social-economic development level of the provinces instead of the province level gives more meaningful results.

Keywords: *Family, Divorce Rate, Fertility Rate, Purchasing Power Parity, Social-Economic Development Level.*

GİRİŞ

Her ne kadar aile üzerine çalışmalar yapan farklı disiplinlerdeki sosyal bilim insanları ailenin tanımı konusunda tam bir uzlaşmaya varamamış olsalar da bireylerin dünyaya ilk gözünü açtıkları ve sosyalleşmeye başladıkları ailenin sosyal bilim araştırmalarındaki önemi devam etmektedir.

Son yıllarda ülkeler bazında incelendiğinde ailelerin devamlılığını noktalayan, sonrasında bireyler açısından sosyal, ekonomik ve psikolojik sorunlara neden olan ve evlilik akdinin yasal olarak sona ermesi anlamına gelen boşanma oranlarında, özellikle son 50 yıllık eğilimler izlendiğinde süregelen bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (*Organisation for Economic Co-operation and Development- OECD*) 2019 yılı raporuna göre 1000 kişi başına düşen boşanma oranı, istikrarlı bir şekilde son yarım yüzyılda küresel anlamda artmıştır (URL-3).

Bununla birlikte yakın dönem verilerinde ise 2020 yılında kaba boşanma oranları ülkeler arasında önemli ölçüde değişiklik göstermiştir. İrlanda ve Meksika'da 1000 kişi başına 0,7 boşanma oranı gibi düşük bir seviyede seyrederken, Danimarka, Letonya ve Litvanya'da 1000 kişide 2,7'ye kadar çıkmaktadır. *COVID-19* salgınının ilk yılında uygulamaya konulan kısıtlamaların da doğrudan bu oranlara etki ettiği değerlendirildiğinde OECD ülkeleri genelinde ortalama olarak boşanma oranlarının bir önceki yıla nazaran 2020'de %10 azaldığı saptanmıştır. 2020 yılında en yüksek boşanma oranı Meksika'da yaklaşık %50 ile görülürken Şili ve Slovenya'daki evliliklerin yaklaşık üçte biri boşanma ile neticelenmiştir. 2020 yılında bir önceki yıl ile mukayese edildiğinde boşanma oranları Avustralya, Finlandiya ve Hollanda hariç tüm OECD ve Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde düşmüştür (URL-4).

Boşanmanın gerisinde sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve kültürel pek çok neden bulunmaktadır. Bu çalışmada sosyolojik olarak yapısal bir bakış açısıyla makro anlamda boşanma ile ilintili olduğu değerlendirilen doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesinin, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının iller düzeyinde belirlediği sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi gruplarına göre aralarında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Ayrıca, Türkiye'de boşanma üzerine söz konusu değişkenler bağlamında saptanan bulgular ışığında sosyal politika üreticiler için bir takım tavsiyelerde bulunulması hedeflenmiştir.

Bu çalışmada sosyolojik olarak yapısal bir bakış açısı benimsenmiştir. Yapısal yaklaşım, boşanma nedenlerini bütüncül bir şekilde açıklığa kavuşturmak için makro yapısal süreçleri dikkate alır. Modernleşmenin bir sonucu olarak

sanayileşme, kentleşme ve aile yapısında önemli değişiklikler olmuştur. Bu nedenle, sosyal yapısal değişimler, dünyanın farklı bölgelerinde boşanma ve evlilik kalıplarını hızla dönüştürmektedir (Bodenmann ve diğerleri, 2006; Gautier ve diğerleri, 2009; Raymo ve diğerleri, 2013).

Çalışmada, öncelikle boşanma ile ilgili kavramsal çerçevenin sunulmasının ardından literatür taraması neticesinde oluşturulan boşanma nedenlerine ilişkin hazırlanan saptamalar sunulmuştur. Araştırmanın hipotezleri ve metodolojisi açıklandıktan sonra yapılan istatistiksel analizler sonucu elde edilen bulgular tablolar halinde gösterilmiş; sonrasında söz konusu bulgulara dair değerlendirmeler sonuç bölümünde yorumlanmış; aynı alanda yapılacak gelecek araştırmalar için bir takım öneri ve tavsiyelerde bulunulmuştur.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

Aile kurumu, sosyal, ekonomik, kültürel ve hukuki süreçler ile ilintili olarak tarihsel bir değişim göstermiş, özellikle endüstri devrimi ile başlayan ve hâlihazırda devam eden yapısal değişiklikler neticesinde evlenme, boşanma, çocuk sahibi olma gibi bireysel karar mekanizmalarında sürekli bir değişim gözlenmiştir (Giddens, 2012:250-251).

İstatistiksel çalışmalar, küreselleşme, modernleşme ve artan ekonomik zorluklarla birlikte ülkelerdeki boşanma oranlarının giderek arttığını ortaya koymaktadır. Avrupa Birliği (AB) verilerine göre 1960 yılından 2004 yılına kadar boşanma oranları %400 oranında artmıştır (Toth ve Kimmelmeier, 2009).

Bazı sosyal bilimciler temel olarak boşanmanın aile üyeleri üzerindeki bireysel ve psikolojik sonuçlarına odaklanırken (Holden ve Smock, 1991; Ross ve Mirowsky, 1999), bir kısım araştırmacı da kültürel (Toth ve Kimmelmeier, 2009; Afifi ve diğerleri, 2013), sosyal (Demir, 2013; Popova ve Navicke, 2019) ve ekonomik (Brown ve Wright, 2019; Ahmed ve diğerleri, 2020) faktörler üzerine yoğunlaşmıştır.

Sosyolojik bir olguyu analiz edebilmek için ön koşul, öznenin ontolojisine ve sosyolojik bakış açısına karar vermektir. Araştırmada kullanılan temel kavram olan boşanma, eşlerin hukuki ve yasal olarak evlilik akdini sonlandırdığı durum olarak ele alınmış, dolayısıyla literatürde boşanma evrelerinden birisi olarak da kabul gören yasal boşanma anlamında değerlendirilmiştir.¹ Boşanma söz konusu olduğunda bunun gerisinde mikro ve makro gerekçeler bulunmaktadır (Chen ve

¹ Diğer boşanma evreleri olarak duygusal boşanma ve toplumsal boşanma ele alınmaktadır. Detaylı bilgi için Doğan (1998) tarafından yapılan “Türkiye’de boşanma sorununun sosyolojik ve istatistikî açıdan değerlendirilmesi” isimli çalışmaya bakınız.

diğerleri, 2021). Boşanma nedenlerini incelediğimizde bu konuyla ilgili birçok farklı çalışma bulunmaktadır. Herbir çalışmanın farklı bir paradigma, ontolojik kabul ve seviyede olması araştırma süreçlerinin doğası gereğidir. Tablo 1’de literatürde bulunan bazı çalışmalarda tespit edilen boşanma gerekçeleri sunulmuştur.

Tablo 1. Bazı Akademik Makalelerde Bulunan Boşanma Nedenleri

Makale	Atf	Boşanma Nedenleri
Gigy, L., & Kelly, J. B. (1993). Reasons for divorce: Perspectives of divorcing men and women. <i>Journal of Divorce & Remarriage</i> , 18(1-2), 169-188.	1221	Cinsiyet, yaş ve sosyo-ekonomik farklılıklar
Hawkins, A. J., Willoughby, B. J., & Doherty, W. J. (2012). Reasons for divorce and openness to marital reconciliation. <i>Journal of Divorce & Remarriage</i> , 53(6), 453-463.	226	“Zevklerde ayrılmak” (%55) ve “İletişimsizlik” (%53).
Thurnher, M., Fenn, C. B., Melichar, J., & Chiriboga, D. A. (1983). Sociodemographic perspectives on reasons for divorce. <i>Journal of Divorce</i> , 6(4), 25-35.	217	Kişisel tatmin eksikliğinden evlilik rolü yükümlülüklerini yerine getirememeye kadar değişen boşanma nedenlerinin cinsiyet, yaş, eğitim, gelir ve çocuk sayısından etkilendiği gösterilmiştir.
Cohen, O., & Finzi-Dottan, R. (2012). Reasons for divorce and mental health following the breakup. <i>Journal of Divorce & Remarriage</i> , 53(8), 581-601.	194	Evlilik dışı bir ilişki, çiftin ilişkisinin doğasında var olan sorunlar ve çiftin ilişkisinin dışındaki faktörler
Scott, S. B., Rhoades, G. K., Stanley, S. M., Allen, E. S., & Markman, H. J. (2013). Reasons for divorce and recollections of premarital intervention: Implications for improving relationship education. <i>Couple and Family Psychology: Research and Practice</i> , 2(2), 131.	191	Boşanmaya en yaygın olarak bildirilen başlıca nedenler bağlılık eksikliği, sadakatsizlik ve çatışma/tartışmadır. En yaygın nedenler ise sadakatsizlik, aile içi şiddet ve madde bağımlılığıdır.
Ponzetti Jr, J. J., Zvonkovic, A., Cate, R. M., & Huston, T. L. (1992). Reasons for divorce: A comparison between former partners. <i>Journal of Divorce & Remarriage</i> , 17(3-4), 183-201.	180	Çiftler arası anlaşmazlık, demografik değişkenler
Amato, P. R., & Previti, D. (2003). People’s reasons for divorcing: Gender, social class, the life course, and adjustment. <i>Journal of Family Issues</i> , 24(5), 602-626.	112	Cinsiyet, sosyal sınıf ve yaşam seyri değişkenleri
Bodenmann, G., Charvoz, L., Bradbury, T. N., Bertoni, A., Iafate, R., Giuliani, C., ... & Behling, J. (2007). The role of stress in divorce: A three-nation retrospective study. <i>Journal of Social and Personal Relationships</i> , 24(5), 707-728.	71	Düşük taahhüt ve kişilerarası ilişkilerde eksiklikler (iletişim, problem çözme, başa çıkma)
Chang, J. (2004). Self-reported reasons for divorce and correlates of psychological well-being among divorced Korean immigrant women. <i>Journal of Divorce & Remarriage</i> , 40(1-2), 111-128.	69	Eski eşlerin somut taciz edici/olumsuz davranışları, maddi sorunları, soyut ve duygusal nedenleri.
Cohen, O., & Savaya, R. (2003). Lifestyle differences in traditionalism and modernity and reasons for divorce among Muslim Palestinian citizens of Israel. <i>Journal of Comparative Family Studies</i> , 34(2), 283-302.	51	Sevgi veya şefkat eksikliği ve zayıf iletişim, mali faktörler, ciddi somut sorunlar (fiziksel istismar veya alkolizm gibi), akrabalarla ilgili sorunlar ve çocuk-suzluk.

Coontz, S. (2007). The origins of modern divorce. <i>Family Process</i> , 46(1), 7-16.	48	Boşanmanın acil nedenleri, eşlerden birinin veya her ikisinin kişisel psikolojik özelliklerinden ekonomik sıkıntı ve toplumun parçalanması gibi çeşitli faktörlere kadar değişebilir.
Coşkun, S., & Sarlak, D. (2020). Reasons for Divorce in Turkey and the Characteristics of Divorced Families: A Retrospective Analysis. <i>The Family Journal</i> , 1066480720904025.	43	Olguların %48,4'ünün kavga/çatışma, %38,7'sinin psikolojik şiddet, %19,4'ünün maddi sorunlar, %18,5'inin evlilik dışı ilişkiler ve %12,9'unun alkol/uyuşturucu kullanımı olduğu belirlendi.
Moskoff, W. (1983). Divorce in the USSR. <i>Journal of Marriage and the Family</i> , 419-425.	41	Alkolizm, zina, geçimsizlik
Thadathil, A., & Sriram, S. (2020). Divorce, families and adolescents in India: A review of research. <i>Journal of Divorce & Remarriage</i> , 61(1), 1-21.	40	Sosyo-demografik değişkenler (Yaş, cinsiyet, sosyal sınıf, kır-kent farkı, kadının mesleği, eğitimi), diğer boşanma nedenleri (Kocanın ailesinden taciz, aile içi şiddet, çeyiz, madde kullanımı, ataerkillik ve erkek egemenliği, sadakatsizlik ve evlilik dışı ilişkiler, zayıf iletişim, psikolojik sorunlar, mantıksız beklentiler, fiziksel yakınlığın olmaması, ailelerin sosyal izolasyonu).
Besschetnova, O. V., Fomina, S. N., Shimanovskaya, Y. V., Sizikova, V. V., Karpunina, A. V., & Konstantinova, N. P. (2021). Divorce in post-epidemic society: reasons and consequences. <i>Laplace Em Revista</i> , 7(3D), 65-72.	25	Kişilerarası ilişkilerin, ekonomik ve sosyal ihlali.
Cohen, O., & Savaya, R. (2003). Reasons for divorce among Muslim Arabs in Israel an exploratory study. <i>European Societies</i> , 5(3), 303-325.	24	İletişim sorunları, fiziksel şiddet ve akrabaların müdahalesi

Aile kavramına bakıldığında ise geleneksel tanımların tarih içinde evrilerek değişik biçimlere dönüştüğü (Aktaş, 2015), akrabalık ve kan bağı ilişkilerinin ön planda tutulduğu (Doğan, 2008), çoğu zaman aslında hanehalkı kavramı ile eş anlamlı kullanıldığı (Canatan ve Yıldırım, 2013; Koç, 2013), aslında aile ile hanehalkı terimlerinin örtüşen ve kesişmeyen alanlarının olduğu görülmektedir. Bu çalışmada aile, içinde aile veya aileler mevcut olan ve literatürde “aile hanehalkı” olarak da tabir edilen (Koç, 2013: 26-27) kavram olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle de aile ilgili veriler alınırken hanehalkından ziyade aile bireylerini göz önünde bulundurduğu kıymetlendirilen istatistiksel değerlere (boşanma hızı, doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesi) vurgu yapılmıştır.

Yapısal yaklaşım açısından irdelendiğinde sanayi devrimi ve sonrasında modernleşme ile birlikte aile, geçmişten günümüze iki önemli değişime uğramıştır. Birincisi, aile geniş aileden çekirdek aileye doğru evrilmiştir. İkincisi ise aile sanayi devrimi öncesi temel üretim birimi ve ekonomik olarak satınalma gücünün belirleyicisi konumunda iken sonrasında temel tüketim birimine dönüşmüş ve satınalma gücü önemli ölçüde gerilemiştir. Dolayısıyla ailede meydana gelen bu yapısal değişim, uygun makro değişkenler ile incelendiğinde

sonrasındaki boşanma ile sonuçlanan yapısal kırılmalıklar ile bağıntısının anlaşılabilirliği değerlendirilmiştir. Müteakip alt başlıklarda bu iki değişimin üzerine odaklanılmıştır.

Geniştenden Çekirdek Aileye Evrilme

Aile sosyolojisi açısından sanayi öncesi geleneksel toplum düzeninde ailenin üretimin birlikte yapıldığı ve yakın akrabaların bir arada yaşadığı bir yapı içerisinde olduğu genel olarak kabul görmektedir (Duman, 2012). Sanayi Devrimi sonrası üretimin modern fabrikalara taşınması ile birlikte erkeğin yanı sıra kadın ve çocukların da işgücüne dahil olması ilk etapta geçici bir ekonomik refah sağlasa da zorlu çalışma koşulları ve otomasyon insan gücüne ihtiyacı azaltmış, ailenin ekonomik gücünü artırması için küçülmesi ihtiyacı doğmuştur (Goody, 2004). Öte yandan azalan akrabalık ilişkileri, bilişim sektöründe yaşanan gelişme, artan internet bağımlılığı ve küreselleşme ailenin çekirdek aileye dönüşüm sürecini hızlandırmıştır. Böylelikle aile daha az hanehalkı olan, daha küçük bir yapıya dönüşmüştür (Yaşar Ekici, 2014; Özkiraz ve Baş, 2016; Artar, 2022). İkincisi ise geçim koşullarının özellikle kadınların işgücüne katılımını neredeyse zorunlu hale getirmesi, tüm aile fertlerinin çalışma hayatına entegre olmasını sağlamıştır. Aile, mutluluk, sevinç, elem ve kederin paylaşıldığı bir kurumdan gelir dağılımının nominalize edildiği bir ticari kuruluşa ve ekonomik bir güce doğru şekil değiştirmiştir. Aile, sanayi öncesi toplumda temel üretim birimi iken günümüzde temel tüketim birimine dönüşmüş ve gelirinde önemli bir kayba maruz kalmıştır (Bayer, 2013; Yaşar Ekici, 2014; Özbay, 2014; Turğut, 2017). Her iki değişim birlikte irdelendiğinde ise kadınların işgücü olarak istihdam edilmesine ve çekirdek ailenin daha çok tercih edilmesine yol açmış, bu durumun doğal bir sonucu olarak da doğurganlık hızının düştüğü gözlemlenmiştir (URL-2).

Endüstrileşme ve şehirleşme süreçleri sonucunda aile kurumu yapısal değişime maruz kalmış, kendisi de toplumsal yapı içerisindeki ağırlığını ve önemini yitirmiş; modernitenin etkisiyle ortaya çıkan kadının iş hayatına girmesi, çekirdek ailenin yaygınlaşması, ailenin çocuk bakıcılığı ve eğitim gibi bazı görevlerini yeni oluşan okul ve kreş gibi farklı kurumlara devretmesi sonucunda eskisine nazaran daha kırılmal bir kurum haline dönüşmüştür. Ünal (2013:591)'a göre yaşanan değişimler kaçınılmaz bir şekilde boşanma oranlarındaki artışı tetiklemiştir.

Ailenin uğradığı birinci önemli değişim olan geniş aileden çekirdek aileye evrilme ile birlikte hanehalkındaki bireylerin sayısı azalmıştır. Çekirdek aileye geçişle birlikte hanehalkı sayısı özellikle ailedeki çocuk sayısı anlamında azalma göstermiştir. Çocuk sayısının azalmasının boşanma riskini artırdığı yapılan farklı araştırmalarda saptanmıştır. Örneğin, Mutlu Aile Mutlu Çocuk Derneği tarafından

hazırlanan *Aile Raporu 2021*'in bulgularına göre, çocuk sahibi olanların boşanma risklerinin, çocuk sahibi olmayanlar ile mukayese edildiğinde yaklaşık 4 kat daha düşük olduğunu ortaya koymaktadır (URL-1).

Doğan (1998) tarafından yapılan çalışmada İstanbul'da boşanan ailelerin yaklaşık yarısının çocuk sahibi olmadığı saptanmıştır. Yıldırım (2004)'a göre ailedeki çocuk sayısı arttıkça boşanma oranları azalmaktadır. İslâhiye ilçesinde yapılan ve ilçe adliyesine boşanmak üzere başvuran 481 çiftin dava dosyalarındaki belgelerin taranması neticesinde çocuk sahibi olmayan ailelerde boşanma oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (İbrahim ve Bülbül, 2012).

Yine o zamanki adıyla Devlet İstatistik Enstitüsü, şimdiki adıyla Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 1990 ile 1999 yılları arasındaki verilerin analizi sonucunda çocuk sayısındaki artış ile boşanma arasında ters yönlü bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır (Berrin, 2002).

İzmir ilinde 370 kişilik bir örneklem üzerinde yapılan başka bir sosyolojik araştırmaya göre de ailedeki çocuk sayısının artmasının boşanma oranlarını düşürdüğü sonucuna varılmıştır (Aktaş Akoğlu ve Küçükkaragöz, 2018).

Hanehalkı sayısı ile direkt ilintili başka bir husus da doğurganlık hızıdır. Literatürde farklı tanımlar olmakla birlikte doğurganlık hızı, bir kadının üreme yeteneklerinin aktif olduğu ve doğurgan olarak kabul edildiği 15 ile 49 yaş arasında bulunduğu dönemde doğurabileceği ortalama çocuk sayısı anlamına gelmektedir (URL-11). Hanehalkı, kavram olarak aynı ev içinde yaşayan bireyleri tanımladığından dolayı aynı ev içinde birden fazla aile yaşaması mümkündür. Bu yüzden doğurganlık hızındaki artışın da hanehalkının yanı sıra aile bireylerinin sayısını artıracığı, bu nedenle de boşanma oranlarını düşüreceği varsayılmıştır. Bu açıdan literatür incelendiğinde, 2013 yılı verileri baz alınarak Türkiye'de iller bazında yapılan bir çalışmada doğurganlık hızında meydana gelen artışın boşanma oranında azalmaya neden olduğu saptanmıştır (Cafri ve Çukadar, 2018). Öte yandan Kutlar ve diğerleri (2012) boşanma hızı ile doğurganlık hızı arasında çift yönlü Granger nedensellik ilişkisi² tespit etmişlerdir. Dolayısıyla hem boşanma hızından doğurganlık hızına hem de doğurganlık hızından boşanma hızına doğru bir nedensellik olduğu saptanmıştır.

İğdeli (2019)'nin yaptığı çalışmada Garch Analizi tekniği³ kullanılarak Türkiye'deki ekonomik belirsizlik ile doğurganlık hızı arasındaki ilişki incelenmiş,

² Granger nedensellik ilişkisi, değişkenlerden birinin cari zamandaki değerini açıklarken diğer değişkenlerin gecikmeli değerlerinin bir katkısı olup olmadığını irdeleyen bir nedensellik testidir (Granger, 1969).

³ Finansal piyasalarda gözlemlenen asimetrik oynaklık yapısını araştırmak için geliştirilen bir tekniktir (Kutlar, 2007).

özellikle kadınların işgücüne katılımı ile boşanma oranlarının arttığı, oluşan ekonomik bağımsızlığın da dolaylı olarak doğurganlık hızında azalmaya sebebiyet verdiği bulunmuştur. İğdeli ve Merve (2021) tarafından yapılan çalışmada da benzer bulgular tespit edilerek doğurganlık hızındaki artışın boşanma oranlarını düşürdüğü yinelenmiştir.

Şahbaz (2022) tarafından yapılan başka bir çalışmada kaba boşanma hızları en düşük olan 11 ile bakıldığında bu illerden 2 tanesinin en yüksek, 6 tanesinin yüksek, 3 tanesinin ise orta doğurganlık hızına sahip olduğu; Türkiye genelinde ise doğurganlık hızının artması ile boşanma hızlarındaki düşüş arasında bir ilişki bulunduğu ifade edilmiştir.

Ailenin Ekonomik Gücünün Azalması

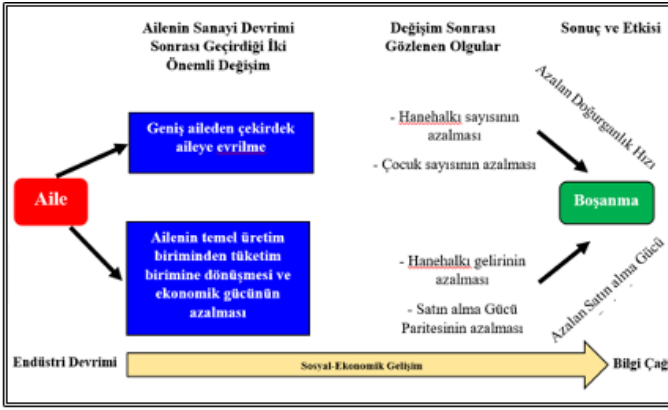
Aile ekonomik anlamda üretim birimi olduğu sanayi devrimi öncesinde emeğinin karşılığını kendi saptadığı için ekonomik olarak belirleyici bir konuma sahip olmuştur (Ümit ve Uçak, 2020). Sanayi devrimi sonrası başlayan süreçte işgücü ve istihdama kadın ve çocukların da dahil olması ile ailenin gelirin daha fazla katkı sağlansa da satınalma gücü anlamında gerilemiştir (Aktaş, 2015). Bunun sonucunda hem aile bireylerinin reel kazançları azalmış hem de hanehalkının geliri düşmüştür (Epik ve diğerleri, 2017).

Ailenin ekonomik bir birlikteliğe dönüşmesi kapsamında hanekalkını oluşturan bireylerin gelirlerinin azalıp azalmadığını irdelemek ve bu durumun boşanma hızı üzerindeki etkisini incelemek amacıyla ilk olarak kişi başı gayri safi yurt içi hasılası (GSYH) dikkate alınmıştır. GSYH ile boşanma arasındaki literatür incelendiğinde Aksu (2018) tarafından 1980 ile 2015 yılları arasındaki veriler kullanılarak yapılan çalışmada, GSYH ile boşanma oranı arasında ters yönlü bir ilişki olduğu ve GSYH oranı arttığında boşanma oranlarının azaldığı sonucuna varılmıştır. Daha eski tarihli ve yurt dışında yapılan Chang ve diğerlerinin (2009) çalışmasında Asya ekonomik krizi neticesinde Japonya, G.Kore ve Hong Kong'da GSYH'daki azalmanın boşanma oranlarını artırdığı bulunmuştur.

Kutlar ve diğerleri (2018), makro değişkenler üzerine yaptıkları çalışmada boşanma oranı ile en fazla ilişkisi bulunan iki değişkenden birinin GSYH olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yine Koç ve Şahpaz (2020) tarafından yapılan başka bir çalışmada kadınların iş gücüne katılımı ile boşanma oranları arasındaki ilişki incelenmiş, yapılan analizler neticesinde elde edilen bulgulardan bir tanesinde GSYH ile boşanma oranları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Öte yandan Kutlar ve diğerlerinin (2012) çalışmasında kişi başı

GSYH oranı yüksek olan ve özellikle kadınların işgücüne katılım oranının fazla olduğu bölgelerde daha fazla boşanmaların görüldüğü bulunmuştur.

İkinci olarak satınalma gücü paritesi irdelenmiştir. Erdoğan ve Aslan (2021)'a göre satınalma gücü paritesi yüksek olan yerlerde boşanma oranları da yüksektir. Aslan (2020) tarafından pandemi döneminde yapılan çalışmada benzer şekilde boşanma oranlarının satınalma gücü paritesi yüksek olan çevrelerde fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Van (2022) boşanan bireylerin yoksullaştığını ve satınalma güçlerinin düştüğünü belirlemiştir. Guveli ve diğerleri (2022) Avrupa ülkelerine göç eden Türkler üzerinde yaptıkları araştırmada benzer bulgulara ulaşmışlardır. Sonuç olarak kavramsal çerçeve ile literatür taraması neticesinde oluşturulan araştırmanın modeline yönelik temel yaklaşım Şekil 1'de sunulmuştur.

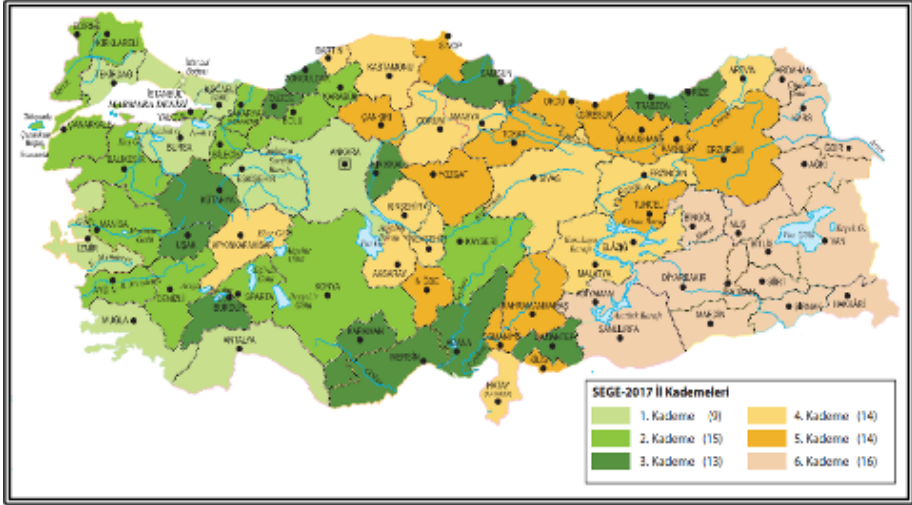


Şekil 1. Araştırmanın Modeline Yönelik Temel Yaklaşım

Ailenin yapısal dönüşümü sadece sanayi devrimi sonrası gelişen sürece bağlı olmamakla birlikte, araştırmanın temel kurgusunu içeren söz konusu model incelendiğinde aile, endüstri devrimi ile başlayan sosyal ve ekonomik bir değişime maruz kalmış, bu doğrultuda hem geniş aileden çekirdek aileye doğru bir dönüşüm eğilimi göstermiş, hem de temel üretim biriminden temel tüketim birimine dönüşmüştür. Bu iki değişimin özellikle aileyi yapısal anlamda dönüştürdüğü, ekonomik zorlukları aşmak zorunda kalan ailede daha fazla bireyin işgücüne dahil edildiği, bu duruma eşlik eden doğurganlık hızındaki düşüşün neticesinde aile ve hanehalklarının sayılarının azaldığı, ekonomik krizler ve zorlukların arttığı, rakamsal anlamda kişi başı GSYH'nin yükseldiği görülürken aslında satınalma gücü paritesine bakıldığında hanehalkı gelirlerinin reel anlamda azaldığı, bütün bu olumsuz gelişmeler sonucunda ailelerde daha fazla boşanma oranlarının görüldüğü varsayılmıştır.

Satınalma gücü paritesi kapsamında Türkiye İstatistik Kurumu son üç yıl verilerine bakıldığında 2019 yılında dünya genelinde 59'uncu sırada olan (URL-8) Türkiye'nin 2020 yılında 62'nci sıraya (URL-9), 2021 yılında ise 63'üncü sıraya (URL-10) gerilediği görülmektedir. Ülkeler arasında standart bir mal ve hizmet sepetinin fiyat oranını dikkate alan satınalma gücü paritesi, uluslararası anlamda gerçek fiyat ve hacim karşılaştırmaları yapmak için GSYH ile karşılaştırıldığında ailenin ekonomik gücünü açıklamak için daha uygun bir ölçüm aracı olarak göze çarpmaktadır. Söz konusu ölçüm aracının iller bazında yıllara sari verisi bulunmadığı için 2009, 2012 ve 2017 yıllarına ait verilerinin aritmetik ortalaması (URL-7) alınarak analize dahil edilmiştir.

Genel anlamda literatürde yapılan araştırmalarda iller arası farklılıkların göz ardı edilerek Türkiye geneli veriler üzerinden analiz ve sentezlerin yapıldığı görülmüştür. Bu araştırmada diğer araştırmalardan farklı olarak ailenin geçmişten günümüze sosyal-ekonomik gelişimi ile yapısal değişimi arasında birlikte süregelen bir ilişki bulunduğu dikkate alındığında Türkiye genelini tek bir araştırma öznesi görmek yerine illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzey grupları dikkate alındığında aralarında farklar bulunacağı varsayılmıştır. Bu nedenle 2017 yılında Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü tarafından yayımlanan İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması SEGE-2017 Raporu verilerine istinaden altı farklı grup halinde kategorize edilen illerin boşanma ve doğurganlık hızları arasında bulunan grupsal anlamdaki farklılıkları irdelenmiştir. Söz konusu gruplandırmaya yönelik iller bazlı değişiklikleri gösteren harita Şekil 2'de sunulmuştur.



Şekil 2. İl SEGE-2017 gelişmişlik kademeleri (URL-5: 37)

Literatürde mevcut çalışmalardan bir kısmı Türkiye verisi üzerinden genellemelerde bulunmuşlar ve iller arasındaki sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyini ihmal etmişlerdir. Bu çalışmada illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri dikkate alındığında boşanma hızı ile buna yol açan doğurganlık hızının ve satınalma gücü paritesinin farklılaştığını göstermek hedeflenmiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Türkiye nüfusedir. Örneklem olarak Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2009 ile 2021 yılları arasındaki Türkiye'ye ait resmî boşanma ve doğurganlık hızları ile 2009, 2012 ve 2017 yıllarına ait satınalma gücü paritesi verileri alınmıştır. Boşanma hızı, doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesi verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğine bakmak için verilerin çarpıklık ve basıklık değerlerine göz atılmış, değerlerin normal dağıldığı, çarpıklık (skewness=.450) ve basıklık (kurtosis=.765) değerlerinin -1 ile +1 arasında yer aldığı saptanmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013)'e göre söz konusu değerler normal dağılım açısından uygun bir aralık olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu değişkenlere ilişkin betimsel istatistikler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Boşanma ve Doğurganlık Hızı ile Satınalma Gücü Paritesine Ait Betimsel İstatistikler

İl Gelişmişlik Düzeyi	N	Ortalama	İl Gelişmişlik Düzeyi	Ortalama	İl Gelişmişlik Düzeyi	Ortalama
Boşanma Hızı	1	9	2,210	Doğurganlık Hızı	1	1,710
	2	15	1,808		2	1,690
	3	13	1,663		3	1,848
	4	14	1,438		4	1,861
	5	14	1,197		5	2,001
	6	16	0,473		6	3,143
Genel Ort.	81	1,396	Genel Ort.	2,088	Satınalma Parite Gücü	Genel Ort.
					1	1,025
					2	1,018
					3	1,004
					4	0,973
					5	0,984
					6	0,953
					Genel Ort.	0,990

Araştırma Tekniği

Araştırmada nicel araştırma tekniklerinden istatistiksel analiz kullanılmıştır. Sosyoloji, bilim dalı olarak ortaya çıktığından beri dönemin hakim paradigması pozitivizmin de etkisiyle fen bilimlerinde sıklıkla kullanılan yöntemlerden etkilenmiş; bu minvalde, istatistik de sosyoloji çalışmalarında sıklıkla kullanılan bir teknik olarak karşımıza çıkmıştır. Örneğin, sosyolojinin kurucularından kabul edilen Emile Durkheim *Suicide: A Study in Sociology (1951)* adlı eserinde çok sayıda istatistiki bilgiyi kullanmış, çarpaz tablolar ile açıklamalarda bulunmuştur. Dönem dönem kullanılan teknik ve yapılan analizler değişse de istatistik hâlihazırda özellikle yapısal işlevselci sosyolojik çalışmalarda ve bununla ilintili ontolojik kabulde yaygın bir teknik olarak göze çarpmaktadır (Raftery, 2006).

Araştırmada istatistiksel araçlardan tek yönlü varyans analizi (*ANOVA*) kullanılmıştır. *ANOVA* yapısal işlevselci araştırmalarda en sık kullanılan istatistiksel yöntemlerden birisidir. *ANOVA* ihtiyacı, grupların t testi ile ayrı ayrı karşılaştırılması sonucunda ortaya çıkan Tip 1 hata olasılığının artmasından (yanlış pozitif) ortaya çıkmıştır. *ANOVA*, grup varyansları arasındaki ve içindeki varyansların oranı olan F istatistiğini kullanır. Analizin ana ilgi alanı, grup araçlarının farklılıklarına odaklanmasıdır. Gruplar arası farklılıkları açıklamada etkin bir teknik olarak göze çarpmaktadır (Kim, 2017). *ANOVA* sonucunda gruplar-arası fark anlamlı olması durumunda, uygun Post-Hoc çoklu karşılaştırma testleri kullanılır.

Bu çalışmada, alanda yapılan diğer çalışmaların büyük bir kısmında kullanılan regresyon analizi yerine varyans analizi tercih edilmiştir. Regresyon analizinin tercih edilmemesinin başlıca nedeni özellikle sosyal gelişmişlik düzey grupları

açısından farklılıklara odaklanılmasının hedeflenmesidir. Öte yandan, söz konusu bölgesel farklılıklar dikkate alınmadan nüfusun genel verisi üzerinden yapılacak çalışmalarda yüksek belirleme katsayısı yani R-kare ile karşılaşılması olasılığının artacağı; dolayısıyla istatistiksel sonuçların yorumlanmasında sıkıntı yaşanacağı değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Hipotezleri

Ailenin Endüstri Devrimi'nden şimdiye kadar deneyimlediği iki temel değişim neticesinde yapısal değişikliklere maruz kalmıştır. Bunların sonucunda bugün daha kırılğan bir aile haline gelmiş olan ailede boşanmaların daha fazla meydana geldiği yapılan çalışmalarla da ortaya konulmuştur. Her ne kadar dünya genelinde yapılan bazı araştırmalarda 2019 ile 2021 yılları arasında yaşanan pandeminin boşanma oranlarında kısmi bir düşüşe neden olduğu tespit edilse de (Manning & Payne, 2021; Rais, 2021; Ghaznavi v.d., 2022) 20'nci yüzyılın ortalarından itibaren başlayan boşanma hızı eğiliminin devam ettiği görülmektedir.

Boşanmanın makro ve mikro düzeyde pek çok değişkene bağlı olduğu bilinmekle birlikte ailedeki yapısal bağlamda görülen iki önemli değişimin gözlenen olguları olan doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesinin boşanma oranlarına da etki ettiği değerlendirilmektedir.

Türkiye gerçeğine bakıldığında iller arasında sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri açısından farklılıklar mevcut olduğu için makro değişkenler üzerinden yapılan veri analizleri tutarlılık sorunu yaşamaktadır. Bu nedenle yapılan araştırmada, iller bağlamında sosyal-ekonomik gelişmişlik düzey grupları arasındaki farklılıklara yoğunlaşarak araştırmanın değişkenleri olan boşanma hızı, doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesine ilişkin değerlendirmelerde bulunmak hedeflenmiştir. Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

H₁: İllerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları bağlamında boşanma hızı ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂: İllerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları bağlamında doğurganlık hızı ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃: İllerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları bağlamında satınalma gücü paritesi ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.

Verilerin Analizi

Araştırmada 2011 ile 2017 arasındaki altı yıllık dönemin verileri ile oluşturulan

SEGE 2017 indeksi kullanılmıştır. Söz konusu indeks analize dahil edilen 52 değişken marifetiyle oluşturulmuştur. Şekil 1’de ifade edilen araştırma modelindeki GSYH değişkeninin söz konusu SEGE 2017 Raporu indeksinde de kullanılan değişkenlerden birisi olması nedeniyle araştırmanın analizi kapsamına dahil edilmemiştir. *SEGE 2017 Raporu* indeksi, literatürde çok değişkenli indekslerin hazırlanmasında en güçlü ve en çok kullanılan yöntemlerden birisi olan “Güçlü Temel Bileşenler Analizi” (Maronna ve diğerleri, 2006) ile oluşturulan bir indeks kabul edildiğinden dolayı sosyal-ekonomik gelişiminin doğru bir tahmin edicisi olarak değerlendirilmiştir.

Verilerin toplanmasını müteakip *SPSS 20.0* yardımıyla analiz edilmiştir. Boşanma hızları, doğurganlık hızları ve satınalma gücü paritesinin sosyal-ekonomik gelişmişlik indeksi grupları arasında anlamlı bir fark gösterip göstermediğini belirlemek için *ANOVA* ve farklılıkların kaynağını bulmak için *Post-Hoc* çoklu karşılaştırma testlerinden grup örneklem boyutları küçük olduğunda daha güçlü sonuçlar veren *Bonferroni* ve *Games-Howell* Testleri uygulanmıştır (Field, 2009:374).

BULGULAR

Araştırmada, 2009-2021 yılları arası illere göre boşanma hızı aritmetik ortalaması ile illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları arasındaki ilişkiyi irdelemek amacıyla *ANOVA* testi uygulanmış olup elde edilen sonuçlar Tablo 3’de sunulmuştur. Tablo 3’e göre illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları boşanma hızları ile istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşturmaktadır ($p>0,05$).

Tablo 3. İl Sosyal-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyleri Gruplarına Göre Boşanma Hızı Çoklu Karşılaştırması

Bağımlı Değişken	Boşanma Hızı Açısından Gruplar Arası Çoklu Karşılaştırmalar				Hipotez No.	Kabul/Red	
	Varyansların Homojenliği Testi		ANOVA				Sonuçlar*
	Levene	p	F	p			
BH	1,290	0,277	45,387	0,000	1	Kabul	

(*): Post-Hoc çoklu karşılaştırma yapabilmek için eşit varyans durumunda ve grup örneklem boyutları küçük olduğunda daha güçlü olan Bonferroni testi uygulanmıştır (Field, 2009:374).

Tablo 3’de sunulduğu üzere boşanma hızı ortalamalarının il sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri açısından irdelenmesi sonucunda, istatistiksel olarak grup ortalamaları arasında anlamlı fark (Birinci düzeyde bulunan iller üçüncü, dördüncü, beşinci ve altıncı düzeyde bulunan illerden; ikinci düzeyde bulunan iller dördüncü, beşinci ve altıncı düzeyde bulunan illerden; üçüncü düzeyde bulunan iller beşinci ve altıncı düzeyde bulunan illerden; dördüncü ve beşinci düzeyde bulunan iller altıncı düzeyde bulunan illerden) bulunduğu görülmüştür. Dolayısıyla elde edilen bulguların birinci hipotezi destekler nitelikte olduğu değerlendirilmektedir.

2009-2021 yılları arası illere göre doğurganlık hızı aritmetik ortalaması ile illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları arasındaki ilişkiyi irdelemek amacıyla ANOVA testi uygulanmış olup elde edilen sonuçlar Tablo 4’de sunulmuştur. Tablo 4’e göre illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları doğurganlık hızları ortalamaları ile istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşturmaktadır ($p>0,05$).

Tablo 4’de sunulduğu üzere doğurganlık hızı il sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri açısından irdelenmesi sonucunda istatistiksel olarak grup ortalamaları arasında anlamlı fark (Birinci, ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci düzeyde bulunan düzeyde bulunan iller altıncı düzeyde bulunan illerden) bulunmuştur. Bulgular kapsamında bütün il grupları sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi ortalamaları

arasında fark bulunmasa da altıncı düzey ile diğer düzeyler arasında oluşan farkın ikinci hipotezi desteklediği değerlendirilmektedir. İlk beş grubun altıncı gruptan farklılaşması bunu göstermektedir.

Tablo 4. İl Sosyal-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyleri Gruplarına Göre Doğurganlık Hızı Çoklu Karşılaştırması

Bağımlı Değişken	Doğurganlık Hızı Açısından Gruplar Arası Çoklu Karşılaştırmalar				Hipotez No.	Kabul/Red	
	Varyansların Homojenliği Testi		ANOVA				Sonuçlar*
	Levene	p	F	p			
DH	4,110	0,002	33,555	0,000	$\bar{x}_1 > \bar{x}_6$	2	Kabul
					$\bar{x}_2 > \bar{x}_6$		
					$\bar{x}_3 > \bar{x}_6$		
					$\bar{x}_4 > \bar{x}_6$		
					$\bar{x}_5 > \bar{x}_6$		

(*): Post-Hoc çoklu karşılaştırma yapabilmek için eşit varyans olmadığı koşulları altında ve grup örneklem boyutları küçük olduğunda daha doğru sonuçlar veren Games-Howell testi uygulanmıştır (Field, 2009:374).

İllerin satınalma gücü paritesi aritmetik ortalaması ile illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları arasındaki ilişkiyi irdelemek amacıyla ANOVA testi uygulanmış olup elde edilen sonuçlar Tablo 5’de sunulmuştur. Tablo 5’e göre illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi gruplarında satınalma gücü paritesi ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı bir fark oluşturmaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 5. İl Sosyal-Ekonomik Gelişmişlik Düzeyleri Gruplarına Göre Satınalma Gücü Paritesi Çoklu Karşılaştırması

Bağımlı Değişken	Satınalma Gücü Paritesi Açısından Gruplar Arası Çoklu Karşılaştırmalar				Hipotez No.	Kabul/Red	
	Varyansların Homojenliği Testi		ANOVA				Sonuçlar*
	Levene	p	F	p			
SGP	2,345	0,000	8,997	0,000	$\bar{x}_1 > \bar{x}_{4,6}$ $\bar{x}_2 > \bar{x}_{4,6}$ $\bar{x}_3 > \bar{x}_6$	3	Kabul

(*): Post-Hoc çoklu karşılaştırma yapabilmek için eşit varyans olmadığı koşulları altında ve grup örneklem boyutları küçük olduğunda daha doğru sonuçlar veren Games-Howell testi uygulanmıştır (Field, 2009:374).

Tablo 5’de sunulduğu üzere satınalma gücü paritesi ortalamaları il sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri açısından irdelendiğinde istatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı fark (Birinci düzeyde bulunan iller dördüncü ve altıncı düzeyde bulunan illerden; ikinci düzeyde bulunan iller dördüncü ve altıncı düzeyde bulunan illerden; üçüncü düzeyde bulunan iller altıncı düzeyde bulunan illerden) bulunmuştur. Elde edilen bulguların üçüncü hipotezi desteklediği değerlendirilmektedir.

Her üç hipotezin sınanması sonucunda oluşturulan red/kabul durumları Tablo 3, 4 ve 5’de sunulmuştur. Türkiye genelinde tespit edilen altı farklı sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri dikkate alındığında boşanma hızı, doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesi değişkenleri bağlamında farklılıklar mevcut olduğu görülmüştür. Araştırmanın modelinde de belirtildiği üzere Sanayi Devrimi sonrası aile yapısı artan boşanma hızı, doğurganlık hızı ve azalan satınalma gücü paritesi ile birlikte değişim göstermiştir. Burada sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyinin önemli bir belirleyici olduğu varsayıldığından dolayı illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları temel alınarak gruplar arası bir analiz yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde gruplar arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiş ve bu duruma ilişkin yorumlar sonuç ve değerlendirme kısmında sunulmuştur.

SONUÇ

Boşanma hızı bağımlı değişkeni üzerinden yapılan ve araştırmanın birinci hipotezini oluşturan analiz sonuçlarına bakıldığında hipotezin doğrulandığı elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır. Burada dikkat çeken önemli bir husus da il sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri açısından tüm bölgelerin 6’ncı bölge

olarak sınıflandırılan ve Adıyaman, Ağrı, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Hakkâri, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Van, Batman, Şırnak, Ardahan ve Iğdır illerini kapsayan gruptan farklılaşmasıdır. Söz konusu bölgede boşanma hızı diğer bölgeler ile kıyaslandığında daha düşük seyretmektedir. Bu durumun neden kaynaklandığı irdelendiğinde farklı sosyolojik ve ekonomik gerekçeler olduğu değerlendirilmiştir. Boşanma hızındaki farklıklar konusunda Başkaya ve Ünal (2017) kadınlarda eğitimin başat bir faktör olduğunu savunurken, İğdeli ve Ay (2021) erkeklerde işsizliğin önemine vurgu yapmaktadır. Öte yandan Beşpınar ve Beşpınar (2017) da evlilik örüntüleri olarak nitelendirilen ilk evlilik yaşı, evlilik kararının kimler tarafında verildiği, tanışılan sosyal çevre gibi hususların evliliğin devamı ya da sonlandırılmasında etkili olduğunu ve bölgesel farklılıklara yol açtığını ifade etmektedir. Ayrıca Ökten (2009), çokeşlilik, boşanma kuralları, başlık parası ve namus cinayetleri gibi kültürel etmenlerin de boşanma hızını söz konusu bölgede düşürdüğünü vurgulamıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde boşanma hızının sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi grupları arasında başlıca üç nedenden ötürü farklılaştığı değerlendirilmiştir. Birinci olarak söz konusu illerdeki ilk evlenme yaşı hem erkekler hem de kadınlar için diğer bölgeler ile kıyaslandığında daha düşüktür (Baskaya ve Ünal, 2017). Geçim kaynağı çoğunlukla tarım ve hayvancılık sektörüne dayanan bu bölgede evlenme yaşının küçük olması işgücüne katılım açısından önem arz etmektedir. Öte yandan küçük yaşta evlenme beraberinde eğitim hayatının yarıda bırakılmasını ve ekonomik olarak aile büyüklerine bağımlı kalmayı getirmektedir. Özellikle kadınlar açısından ekonomik özgürlüğün olmaması boşanmaya başvurma olasılığını da azaltmaktadır. İkinci olarak bu bölgenin gelenekselci toplumsal yapısı boşanmanın bir anomi ya da damgalanma olarak gösterilmesine neden olmaktadır. Üçüncü olarak söz konusu bölgelerde resmî nikahı olmadığı halde dini nikah ile yaşayan çiftlerin oranının diğer bölgelere nazaran daha fazla olmasının boşanma konusundaki istatistiki verilerin yeterli düzeyde toplanmasına engel teşkil ettiği değerlendirilmektedir. Tezcan ve Coşkun (2004) tarafından yapılan araştırma da özellikle kırsal yörelerde ve erken yaşlarda gerçekleşen evliliklerde, evlilik öncesi ya da sonrasında resmî nikahın kıyılması yaygın olmakla birlikte tercihin dini nikah olduğu saptaması yapılmıştır. Ayrıca Bulut (2011) tarafından söz konusu bölgede bulunan Mardin ili özelinde yapılan başka bir araştırmada dini nikahla yaşama oranı %8,1 gibi azımsanmayacak büyüklükte tespit edilmiştir.

Boşanma hızı en yüksek olan iller sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi açısından birinci grupta bulunan Ankara, Antalya, Bursa, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Muğla ve Tekirdağ'dır. Başkaya ve Ünal (2017) tarafından yapılan bölgesel analizde en yüksek boşanma hızı Ege Bölgesinde saptanırken bu çalışmada

Ege Bölgesinden sadece 2 ilin bulunduğu kalan 7 ilden 4 ilin Marmara, 2 ilin İç Anadolu ve 1 ilin de Akdeniz bölgesinde bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla Özey (2016)'in de ifade ettiği üzere Türkiye'de coğrafi bölgeler açısından analiz yapmak bölge türlerinin bilim disiplinlerine göre değişkenlik gösterdiği gerçeğini göz ardı etmek anlamına geleceği için uygun bir strateji olarak değerlendirilmemektedir.

Birinci ve ikinci grupta bulunan iller arasında anlamlı bir fark olmamasının bu iki grubun sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeylerinin yakın olduğu şeklinde yorumlanabileceği değerlendirilmektedir. İkinci grupta bulunan Aydın, Balıkesir, Bilecik, Bolu, Çanakkale, Denizli, Edirne, Isparta, Kayseri, Kırklareli, Konya, Manisa, Sakarya, Yalova ve Karabük illerini kapsamaktadır. Söz konusu illerdeki boşanma hızının birinci grupta bulunan iller ile istatistiksel olarak yakın olması, satınalma gücü paritesi açısından da yakın seyretmesi, boşanma nedenleri arasında gösterilen ve çiftlerin geçimsizliği konusunda başat faktörlerden olan maddi durumun önem arz ettiğini destekler nitelikte görülmüştür. Her iki grubun ekonomik alım güçlerinin yakın seyretmesi boşanma hızlarındaki benzerliğe de sirayet etmiş gözükmektedir.

İlk iki grup düzey ilden sonra diğer bütün grupların sosyal-ekonomik gelişmişlik sıralamasında kendilerinden sonra gelen gruplar ile istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Dolayısıyla aslında sosyal-ekonomik gelişmişlik sıralamasını oluşturan değişkenlerin boşanma hızları üzerinde de etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Doğurganlık hızına bakıldığında illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyleri açısından diğer bütün grupların altıncı düzey illerden istatistiksel olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Türkiye'de doğurganlık hızının değişimine neden olan faktörlerden birinin de ailenin geniş aileden çekirdek aileye devinimi olduğu ifade edilmektedir (Aydın ve diğerleri, 2018: 30). Bunun yanı sıra doğurganlık hızını çok sayıda demografik, sosyal ve ekonomik faktörün etkilediği bilinmektedir (Özgür, 2004: 7).⁴ Araştırmada Aydın ve diğerleri (2018: 35), Kart ve Keser (2019) ile benzer sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Türkiye genelinde Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgesinde bulunan illerin doğurganlık hızı yüksek olarak saptanmıştır. İlginç olan konu ise daha önce de ifade edildiği üzere sadece altıncı grupta bulunan illerin diğer gruplardaki illerden farklılık arz etmesidir. Bu anlamda sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyinin ve bu düzeyi belirleyen etmenlerin doğurganlık hızının bölgesel farklılıkları açıklamada yeterli bir faktör

⁴ Özgür (2004)'e göre doğurganlık hızına kadının sosyal statüsü, eğitim düzeyi, çocuğa bakışı ve beklentileri yanında, gelir düzeyi, evlenme yaşı, örf/adet/inanışlar, aile planlaması ve doğum kontrolü yöntemlerine erişebilme, tıbbi teknoloji düzeyi, çocuğun ekonomik maliyeti, cinsiyet (oğul) tercihi, hane halkının sosyal statüsü gibi çok sayıda değişken etki etmektedir.

olmadığı değerlendirilmektedir. Boşanma hızı konusunda illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeylerinin kademeli bir geçiş göstermesi, sosyal-ekonomik gelişmişliğin boşanma hızının iyi bir açıklayıcısı olduğuna işaret ettiği şeklinde yorumlanmıştır. Maalesef aynı şeyi doğurganlık hızı açısından söylemek mümkün gözükmemektedir. Öte yandan grupların doğurganlık hızının sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi en fazla olandan en az olan ile doğru arttığı görülmektedir.

Satınalma gücü paritesi açısından sosyal-ekonomik gelişmişlik düzey gruplarından ilk üç grup arasında farklar bulunurken dördüncü, beşinci ve altıncı gruplar arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır. Boşanma hızına benzer şekilde bir ve ikinci grup illerin satınalma gücü paritesi bağlamında örtüştüğü görülmüş, söz konusu iki grubun dört ve altıncı gruplar ile farklılaştığı görülmüştür. Doğal olarak satınalma gücü paritesinin sosyo-gelişmişlik düzeyi ile aynı minvalde değişim göstermesi beklenmiştir. Yani yüksek satınalma gücü sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyine katkıda bulunmaktadır. Fakat buradan da anlaşılacağı üzere satınalma gücü sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyine maddi anlamda olumlu yönde tesir ederken bir takım sosyolojik etmenlerin olumsuz yönde etkide bulunduğu değerlendirilmektedir. Aksi takdirde sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan ilk iki grubun düşük olan son iki grupla farklılaşması gerektiği düşünülmüştür. Halbuki beklentinin aksine beşinci grup yerine dördüncü grup farklılaşmıştır. Dördüncü grupta bulunan Afyonkarahisar, Amasya, Artvin, Çorum, Elazığ, Erzincan, Hatay, Kastamonu, Kırşehir, Malatya, Nevşehir, Sivas, Aksaray ve Bartın illeri, beşinci grupta bulunan Çankırı, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, Kahramanmaraş, Niğde, Ordu, Sinop, Tokat, Tunceli, Yozgat, Bayburt, Kilis ve Osmaniye ile mukayese edildiğinde beşinci grupta bulunan illerin nüfus yoğunluğunun daha az olduğu, kırsal kesimde yaşayan nüfusun daha ağırlıklı olduğu, daha muhafazakâr bir yapıya sahip oldukları, tarım ve hayvancılık ekonomisinin daha yaygın olduğu, bu nedenle de ekonomik kırılganlıklarının dördüncü gruba nazaran daha az olduğu değerlendirilmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının 2022 yılında yayımladığı *SEGE 2022 Yılı Raporu* (URL-6)'nda baz alınan ilçeler düzeyinde karşılaştırma yapabilmek için boşanma hızı, doğurganlık hızı gibi makro verilerin de ilçe düzeyine indirgenerek hazırlanması Türkiye genelinde yapılacak karşılaştırmalı analizler için daha gerçekçi sonuçlar saptanmasına olanak vereceği değerlendirilmektedir. Bu minvalde Türkiye resmî istatistik rakamlarını hazırlayan kurum ve kuruluşların ilçe düzeyinde veri toplanmasına odaklanması gerektiği değerlendirilmektedir. *SEGE 2022 Yılı Raporu* (URL-6) çalışmasında da görüleceği üzere aynı il içindeki ilçeler arasında dahi büyük farklar görülmektedir. Türkiye genelinde yapılacak sosyolojik tahayyüllerde mekânsal farklılıkları dikkate almayan analizlerin sağlıklı sonuçlar vermeyebileceği değerlendirilmiştir.

Bu nedenle ilçe düzeyinde yapılacak karşılaştırmalı analizlerin karar vericiler ve politika yapıcılar için daha olumlu bir değerlendirme ve referans aracı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulguların genel değerlendirmesi neticesinde üç temel sonuca ulaşılmıştır. Birincisi, illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi boşanma oranları ile doğrusal anlamda ilintilidir. Boşanma hızının, sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan illerden düşük olan illere doğru kademeli bir düşüş gösterdiği saptanmıştır. İkincisi, sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi belirli bir seviyeye kadar doğurganlık hızı üzerinde etkili değilken belirli bir seviyenin altına düşmesi (altıncı düzey illerinin seviyesinin burada temel alınması gerektiği saptanmıştır) doğurganlık hızında anlamlı bir fark yaratmaktadır. Üçüncü olarak da sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi belirli bir seviyenin üstünde olduğunda (üçüncü grup ve üzeri olanlar) satınalma gücü paritesi anlamlı bir fark meydana getirmektedir. Ayrıca; bu tür analizlerin iller düzeyi yerine illerin sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyi gibi daha uygun sınıflandırmalara göre yapılmasının daha anlamlı sonuçlar verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmada elde edilen bulgular bağlamında sosyo gelişmişlik düzeyinin artmasının boşanma hızlarını artırdığı saptandığında ailenin korunması ve sürdürülebilirliği açısından farklı sosyal-ekonomik gelişmişlik düzeyinde bulunan iller için farklı politikalar geliştirilmesi gerektiği, doğurganlık hızı açısından özellikle altıncı grup özelinde araştırma ve analizler yapılmasına ihtiyaç duyulduğu, il ve ilçe özelinde ilave araştırmalara gereksinim olduğu değerlendirilmektedir. Sosyal-ekonomik gelişmeyi sağlayan demografi, istihdam, eğitim, sağlık, gelir, yaşam kalitesi ve rekabetçilik gibi faktörlerin farklı gruplarda boşanma hızı, doğurganlık hızı ve satınalma gücü paritesini değişkenlerini farklı etkilediği görülmektedir. Sosyolojik olarak irdelendiğinde toplumsal yapının en küçük birimi olan ailenin geçtiğimiz süreçte etkileşimden bağımsız hareket etmesi düşünülemeyeceğinden dolayı sosyal gerçekliği inşa eden gündelik hayatın örüntülerinde gizli olan unsurların ailenin yapısal dönüşümünü bölgesel açıdan değişik oranlarda tetiklediği ve farklılaşmaya sebep olduğu değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Affi, T. D., Davis, S., Denes, A., & Merrill, A. (2013). Analyzing Divorce From Cultural and Network Approaches. *Journal of Family Studies*, 19(3), 240-253.
- Ahmed, D., Buheji, M., & Fardan, S. M. (2020). Re-Emphasising the Future Family Role in “Care Economy” as a Result of Covid-19 Pandemic Spillovers. *American Journal of Economics*, 10(6), 332-338.
- Aksu, L. (2018). İşsizlik, Suç, Boşanma, İntihar Oranları ile İktisadi Büyüme İlişkininin; Nedensellik Testleri ile Analizi: Türkiye Örneği. *İktisat Politikaları Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 58-100.
- Aktaş, G. (2015). Türkiye’de aile sosyolojisi çalışmalarına genel bir bakış. *Journal of Sociological Studies/Sosyoloji Konferansları*, (52).
- Aktaş Akoğlu, Ö., & Küçükkaragöz, H. (2018). Boşanma Nedenleri ve Boşanma Sonrasında Karşılaşılan Güçlüklerle İlişkin Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. *Journal of Society & Social Work*, 29(1).
- Artar, F. (2022). Ruşen Keleş’in Çalışmasından 50 Yıl Sonra Yeniden Eski Ankara’da Bir Şehir Tipolojisi. *İdealkent*, 13(37), s. 1216-1245, DOI:10.31198/idealkent.1127003.
- Aslan, R. (2020). Covid-19 Tam Tanımlanamamış Risk. *Ayrıntı Dergisi*, 8(91).
- Aydın, O., Bostan, P. A., & Özgür, E. M. (2018). Mekânsal Veri Analizi Teknikleriyle Türkiye’de Toplam Doğurganlık Hızının Dağılımı ve Modellenmesi. *Coğrafya Dergisi*, (37), 27-45.
- Başkaya, Z., & Ünal, A. (2017). Türkiye’de Evlenme ve Boşanma Oranlarının İller Düzeyinde Zamansal Değişimi (2001-2015). *Journal of International Social Research*, 10(53).
- Bayer, A. (2013). Değişen Toplumsal Yapıda Aile. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 4(8), 101-129.
- Berrin, E. Y. C. E. (2002). Demografik Özelliklere Göre Türkiye’de Boşanma. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (14), 81-98.

Beşpınar, F. U., & Beşpınar, L. Z. (2017). Türkiye’de hane halkı yapıları ve evlilik pratiklerinde ikili resim: geleneklerin yanı sıra değişimin yansımaları. *Nüfus-bilim Dergisi*, 39(1), 109-149.

Bodenmann, G., Charvoz, L. T. N., Bradbury, A., Bertoni, R., Iafrate, C., Giuliani, R., & Behling, J. (2006). Attractors and Barriers to Divorce, *Journal of Divorce and Remarriage*, 45 (3-4), 1-23. doi:10.1300/J087v45n03_01.

Brown, S. L., & Wright, M. R. (2019). Divorce Attitudes Among Older Adults: Two Decades of Change. *Journal of Family Issues*, 40(8), 1018-1037.

Bulut, M. (2011). Mardin’de Evlilikler. *folklor/edebiyat*, 17(66), 65-79.

Cafri, R., & Çukadar, P. Ö. (2018). Boşanmanın Sosyo-Ekonomik Nedenleri Üzerine Mekânsal Ekonometrik Bir İnceleme, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 407-424.

Canatan, K. & Yıldırım, E. (2013), *Aile Sosyolojisi*, 4.bs., İstanbul, Açılım Kitap.

Chang, S. S., Gunnell, D., Sterne, J. A., Lu, T. H. & Cheng, A. T. (2009). Was the Economic Crisis 1997-1998 Responsible for Rising Suicide Rates in East/Southeast Asia? A Time-Trend Analysis for Japan, Hong Kong, South Korea, Taiwan, Singapore and Thailand. *Social Science & Medicine*, 68(7), 1322-1331.

Demir S.A. (2013). Attitudes Toward Concepts of Marriage and Divorce in Turkey. *American International Journal of Contemporary Research*, 3(12), 83-88.

Doğan, C. (1998). Türkiye’de Boşanma Sorununun Sosyolojik ve İstatistikî Açısından Değerlendirilmesi. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (25), 59-69.

Doğan, İ. (2008). *Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar*, 8 bs. Ankara, Pegem Yayınevi.

Duman, M. Z. (2012). Aile kurumu üzerine tarihsel bir okuma girişimi ve muhafazakâr ideolojinin aileye bakışı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 19-51.

Durkheim, E. (1951). *Suicide: A Study in Sociology*, New York: The Free Press.

Erdoğan, S., & Aslan, R. (2021). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Eşitsizliklerin Azaltılması: Mekânsal Adalet Kavramı Işığında Bir CBS Uygulaması. *Humanities Sciences*, 16(1), 1-23.

Epik, M. T., Çiçek, Ö., & Altay, S. (2017). Bir sosyal politika aracı olarak tarihsel süreçte ailenin değişen/değişmeyen rolleri. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 17(38), 35-58.

Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, Third Edition, SAGE Publications Ltd.

Gautier, P. A., Svarer, M., & Teulings, C. N. (2009). Sin City? Why Is the Divorce Rate Higher in Urban Areas?. *Scandinavian Journal of Economics*, 111(3), 439-456. doi:10.1111/ sjoe.2009.111.issue-3.

Ghaznavi, C., Kawashima, T., Tanoue, Y., Yoneoka, D., Makiyama, K., Sakamoto, H., ... & Nomura, S. (2022). Changes in marriage, divorce and births during the COVID-19 pandemic in Japan. *BMJ global health*, 7(5), e007866.

Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. (Çev.) Güzel C., İstanbul, Kırmızı Yayınları.

Goody, J. (2004). Avrupa'da Aile, (Serpil Arısoy, çev.), İstanbul, Literatür Yayıncılık.

Granger, C.W.J. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and CrossSpectral Methods, *Econometrica*, (37).

Guveli, A., Ganzeboom, H. B., Baykara-Krumme, H., Bayrakdar, S., Eroglu, S., Hamutci, B., ... & Sözeri, E. K. (2022). 2000 Families: Migration Histories of Turks in Europe.

Holden, K. C., & Smock, P. J. (1991). The Economic Costs of Marital Dissolution: Why Do Women Bear a Disproportionate Cost?. *Annual review of sociology*, 17, 51-78.

İbrahim, K. I. R., & Bülbül, Ö. (2012). İslâhiye İlçesinde Boşanma Olgusu Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 99-122.

İğdeli, A. (2019). Ekonomik Belirsizlik ve Doğurganlık Hızı Arasındaki İlişki: Türkiye için ARDL Analizi. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 8(1).

İğdeli, A., & Ay, Merve (2021). Boşanmanın Sosyo-Ekonomik Belirleyicileri: Türkiye İçin Bölgesel Panel Veri Analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 1-22.

Kart, R. B., & Keser, İ. K. (2019). Türkiye'deki İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi Ve Yerel Seçim Oy Dağılımlarının Karşılaştırılması. *Turkish Journal of Social Research/Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 23(1).

Kim, T. K. (2017). Understanding One-Way ANOVA Using Conceptual Figures. *Korean journal of anesthesiology*, 70(1), 22-26.

Koç, P., & Şahpaz, K. İ. (2020). Kadınların İşgücüne Katılım Oranlarını Belirleyen Faktörlerin Tespitine Yönelik Bölgesel Bir Araştırma, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 15(2), 503-524.

Kutlar, A., Erdem, E., & Aydın, F. F. (2012). Kadınların İşgücüne Katılması ile Doğurganlık, Boşanma ve Ücret Haddi Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir Araştırma, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 7(1), 149-168.

Kutlar, A. (2007). *Ekonometriye Giriş*. 1. Baskı. Ankara, Nobel Yayınları.

Kutlar, A., Koç, P., & Turgut Işık, T. (2018). *Muhasebe, Finans ve İktisat Araştırma Örnekleri* (Ed. Acavracı, A.), Makroekonomik Değişkenler ile Bölgesel Boşanma Oranları Arasındaki İlişkilerin Analizi, 381-398, Nobel Yayınları, Ankara.

Manning, W. D., & Payne, K. K. (2021). Marriage and divorce decline during the COVID-19 pandemic: A case study of five states. *Socius*, 7, 23780231211006976.

Maronna, R. A., Martin, R. D., & Yohai, V. J. (2006). *Robust Statistics Theory and Methods*, John Wiley & Sons Inc., England.

Ökten, Ş. (2009). Toplumsal cinsiyet ve iktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin toplumsal cinsiyet düzeni. *Journal of International Social Research*, 2(8).

Özbay, F. (2014). Demografik Dönüşüm Sürecinde İktidar, Kadın ve Aile. *Başka Bir Aile Anlayışı Mümkün Mü?*, 106-111.

Özgür, E. M. (2004). Türkiye'de Toplam Doğurganlık Hızının Mekânsal Dağılışı. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 1-12.

Özey, R. (2016). Bölgesel Coğrafya Serüveninde Yanılıgılar, *Marmara Coğrafya Dergisi*, (34), 98-106.

Özkiraz, A., & Baş, G. İ. (2016). Osmanlıdan Günümüze Türk Toplumunda Aile Yapısı ve Boşanma. *Sosyal ve Ekonomik Arastırmalar Dergisi*, 18(30), 87.

Popova, D., & Navicke, J. (2019). The Probability of Poverty for Mothers After Childbirth and Divorce in Europe: The Role of Social Stratification and Tax-Benefit Policies. *Social Science Research*, 78, 57-70.

Raftery, E.A. (2006). *Quantitative Research Methods*, The Sage Handbook of Sociology, 15-39, London, Sage.

Rais, I. (2021). The impact of COVID-19 pandemic on divorce rates among Indonesian Muslim societies. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 11(2), 271-297.

Raymo, J. M., Fukuda, S., & Iwasawa, M. (2013). Educational Differences in Divorce in Japan. *Demographic Research*, 8, 177-206. doi:10.4054/DemRes.2013.28.6.

Ross, C. E., & Mirowsky, J. (1999). Parental Divorce, Life-Course Disruption and Adult Depression. *Journal of Marriage and the Family*, 61, 1034-1045.

Şahbaz, H. (2022). Coğrafi Bir Bakış Açısıyla 2001-2020 Döneminde Türkiye'deki Boşanmalar. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 21-58.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics (6th ed.). New Jersey, Pearson.

Toth, K., & Kemmelmeier, M. (2009). Divorce Attitudes Around The World: Distinguishing The Impact Of Culture On Evaluations And Attitude Structure. *Cross-Cultural Research*, 43(3), 280-297.

Tezcan, S., & Coşkun, Y. (2004). Türkiye'de 20. Yüzyilin Son Çeyreğinde Kadınlarda İlk Evlenme Yaşı Değişimi Ve Günümüz Evlilik Özellikleri. *Nüfusbilim Dergisi*, 26(1), 15-34.

Turğut, F. (2017). Tarihsel Süreçte Aile Kurumunun Dönüşümü ve Geleceğine Yönelik Çıkarımlar. *Medeniyet ve Toplum Dergisi*, 1(1), 93-117.

Ünal, V., (2013). Geleneksel Geniş Aileden Çekirdek Aileye Geçiş Sürecinde Boşanma Sorunu ve Din. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(26), 588-601.

Van, M. H. (2022). Türkiye’de Yoksulluğun Mikro Düzeyde Belirleyicileri: Kantil Regresyon Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 105-129.

Yaşar Ekici, F. (2014). Türk Aile Yapısının Değişim ve Dönüşümü ve Bu Değişim ve Dönüşüme Etki Eden Unsurların Değerlendirilmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS)*, 30, 209-224.

Yıldırım, N. (2004). Türkiye’de Boşanma ve Sebepleri, *Bilig*, (28), 59-81.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

URL-1. <http://mutluaile.org.tr/deppo/dosya/pdf-b5c708ad27.pdf> (Erişim Tarihi: 02.01.2023).

URL-2. https://ourworldindata.org/fertility-rate?source=content_type%3Areact%7Cfirst_level_url%3Aarticle%7Csection%3Amain_content%7Cbutton%3Abody_link (Erişim Tarihi: 15.01.2023).

URL-3. <http://www.oecd.org/els/family/database>. (Erişim Tarihi: 14.10.2022).

URL-4. https://www.oecd.org/els/family/SF_3_1_Marriage_and_divorce_rates.pdf (Erişim Tarihi: 30.12.2022).

URL-5. https://www.bebka.org.tr/admin/datas/sayfas/89/sege-2017_1581687211.pdf (Erişim Tarihi: 10.01.2023).

URL-6. <https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/birimler/2022-ilce-sege.pdf> (Erişim Tarihi: 22.01.2023).

URL-7. <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=sat%C4%B1nalma%20g%C3%BCc%20C3%BC&dil=1> (Erişim Tarihi: 10.01.2023).

URL-8. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Satinalma-Gucu-Paritesi-2019-37544> (Erişim Tarihi: 11.01.2023).

URL-9. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Satinalma-Gucu-Paritesi-2020-41131> (Erişim Tarihi: 11.01.2023).

URL-10. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Satinalma-Gucu-Paritesi-2021-45868> (Erişim Tarihi: 11.01.2023).

A RESEARCH ON THE FACTORS AFFECTING THE PREFERENCE OF THE DEVICES AND ENVIRONMENTS IN WHICH TELEVISION DRAMAS ARE WATCHED¹

Özlem ÇAĞLAN BİLSEL

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

caglanozlem@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3213-0769>

Seçkin ÖZMEN

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

seckinozmen@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4871-4921>

<i>Atıf</i>	ÇAĞLAN BİLSEL, Ö.; ÖZMEN, S. (2023). A RESEARCH ON THE FACTORS AFFECTING THE PREFERENCE OF THE DEVICES AND ENVIRONMENTS IN WHICH TELEVISION DRAMAS ARE WATCHED. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 383-400.
-------------	--

ABSTRACT

Media convergence, which occurs due to the development and spread of new communication technologies, enables new audience experiences. In this context, it is a current research area that the audience watches television programs from which devices and environments. From this point of view, this study aims to determine the new audience experiences by revealing the variables that affect the choice of the devices and environments in which dramas, one of the television programs types, are watched. In the study, a scale based on field research was developed, and the devices and environments in which the participants watched

1 This article was produced from the doctoral thesis titled "Reading Television Dramas Through Social Media in The Framework Of The Concept Of Participatory Culture" prepared by Özlem Çağlan Bilsel, under the academic consultancy of Prof. Dr. Seçkin Özmen, at the Department of Radio, Television and Cinema, Institute of Social Sciences, Istanbul University. This study was funded by Scientific Research Projects Coordination Unit of Istanbul University. Project number: 37265.

Geliş tarihi: 04.02.2023 – Kabul tarihi: 09.06.2023, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3006

Araştırma Makalesi-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

television dramas were tried to be determined within the scope of demographic variables. In the study applied on 18 and 55 years old, the participants were included in the research by modeling on the particular population from the sampling technique based on probability calculations. Therefore, the specific main mass of the study consists of the participants watching television dramas. The people selected according to the sample structure in question were determined as n240, and the k=03 design factor was used. As a result of the study, it was concluded that variables such as gender, age, marital status, education level, and socio-economic status affected the devices and environments in that the participants preferred to watch television dramas and showed significant differences. Concerning this, it has been seen that media convergence offers participants an alternative viewing experience in different environments.

Keywords: *Television Dramas, Convergence, Demography, Audience, Variables.*

TELEVİZYON DRAMALARININ İZLENDİĞİ ARAÇ VE ORTAMLARIN TERCİH EDİLMESİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ÖZ

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesine ve yaygınlaşmasına bağlı olarak meydana gelen medya yakınsaması yeni izleyicilik deneyimlerine imkân vermektedir. Bu bağlamda izleyicilerin televizyon programlarını hangi araçlardan ve hangi ortamlardan izlediği güncel bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, televizyon program türlerinden biri olan dramaların izlendiği araç ve ortamların tercihine etki eden değişkenleri ortaya çıkararak yeni izleyicilik deneyimlerinin tespit etmektir. Çalışmada alan araştırmasına dayalı ölçek geliştirilerek katılımcıların televizyon dramalarını izlediği araç ve ortamlar demografik değişkenler kapsamında tespit edilmeye çalışılmıştır. 18 ve 55 yaş üzerine uygulanan çalışmada olasılık hesaplarına dayalı örnekleme tekniğinden özel ana kütle üzerine modelleme yapılarak katılımcılar araştırmaya dâhil edilmiştir. Çalışmanın özel ana kütlelerini televizyon dramalarını izleyen katılımcılar oluşturmaktadır. Söz konusu örneklem yapısına göre seçilen kişiler n240 olarak belirlenmiştir ve k=03 tasarım faktöründen faydalanılmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların televizyon dramalarını izlemeyi tercih ettiği araç ve ortamlara cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve sosyo-ekonomik statü gibi değişkenlerin etki ettiği ve anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bununla ilişkili olarak medya yakınsamasının katılımcılara farklı ortamlarda alternatif izleme deneyimi sunduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Televizyon Dramaları, Yakınsama, Demografi, İzleyicilik, Değişkenler.

INTRODUCTION

Convergence is an ambiguous term used by various disciplines to describe and analyse processes of change toward uniformity or union. Its application in the communications sector, often referred to as media convergence (Latzer, 2013:1). The development and rapid spread of the internet have revealed a new communication age and changed the traditional forms of communication. Parallel to the developments in new communication technologies, the lines between the two media have gradually converged with the convergence of traditional media with new communication technologies. Media convergence has occurred as broadcasting, informatics, and telecommunication systems contain and support each other (Çelenk, 2005: 20). Henry Jenkins, who approaches internet technologies from a positive perspective, associates “the audience’s ability to watch the programs they want, whenever they want, and to follow and use different channels at the same time” with the concept of convergence (2006: 19).

“Media convergence” is a term that has been used to connote several phenomena that are brought about by advancements in telecommunication technology that may change some aspect of the communication process. Sometimes the term refers to the blending of previously individuated mass media: One can watch movies on one’s computer, for example (Walther et al., 2011: 17). Media convergence is more than simply a technological shift. Convergence alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres and audiences. Convergence refers to a process, but not an endpoint. Thanks to the proliferation of channels and the portability of new computing and telecommunications technologies, we are entering an era where media will be everywhere and we will use all kinds of media in relation to each other (Jenkins, 2006: 33).

Media convergence is defined as the convergence of both the media contents and the media tools in which the content takes place. Depending on the development of computers, information technologies, and communication networks, the spread of the internet and the formation of inter-media connections in digital areas are expressed as media convergence (Flew, 2010: 22). In other words, media convergence is the blurring of the differences between communication devices and environments (as cited in Baran and Davis. Toschi, 2009: 4). Dijk (2016: 20) defines media convergence as the process of combining telecommunication, data communication, and mass communication in a single environment due to the nature of new communication technologies.

It is possible to understand media convergence in three ways with each other when new communication technologies are considered as the process in which old and new devices come together in different ways by integrating with each other’s

features rather than annihilating each other. It is the displacement of a message or media text on various platforms, the transformation of communication functions and forms, and the change of audience behaviors as producers, consumers, and participants (Geçkin Onat, 2017: 57).

Evaluating media convergence as a process, Jenkins states that, thanks to rapidly increasing channels and new communication technologies, the media will be everywhere, and individuals will use all kinds of media concerning each other (2017: 34). Jenkins (2017:34) explains the media convergence with the following example: mobile phones have become multifunctional tools that are used to access the internet and social media platforms, play games, and watch television programs rather than being a means of communication and communication. Jenkins attributes the realization of media convergence to the condition of the audience consuming various media tools.

Media convergence, which allows the audience to watch the content they want, whenever and wherever they want, makes it possible to determine from which channels other than traditional television dramas are consumed. In this context, the study's concept of media convergence is centered. How the audience prefers to watch television dramas are discussed with variables such as gender, age, education level, marital status, and socio-economic status. It is aimed to reveal how the audience meets the concept of media convergence.

In the study, the scale was developed based on field research, and the devices and environments in which the participants watched television dramas were identified and associated with the concept of media convergence. The participants who watch television dramas constitute the main mass of the research, which is designed quantitatively. The people selected according to the sample structure in question were determined as n240, and the k=03 design factor was used. The research was carried out with CATI (Computer Aided Telephone Interview), one of the quantitative research methods, "Computer Assisted Telephone Interview". The hypotheses of the research and information on the demographic characteristics of the participants included in the research are explained in detail in the method section. This study, which aims to determine the means and environments preferred by the participants while watching television dramas, to reveal the meaning of the concept of media convergence in the audience and whether there is a change in the viewing preferences of the audience, aims to fill the gap in this field by contributing to the current literature and to be a source for future qualitative studies.

TELEVISION DRAMAS AND THE AUDIENCE IN THE CONTEXT OF MEDIA CONVERSION

Media complaints due to the development and spread of new communication technologies have changed media content and consumption. With media convergence, Jenkins refers to the flow of content through various media platforms, the cooperation of multiple media industries, and the nomadic behavior of media audiences who want to experience the entertainment they want (2016:19). Referring to the fact that the convergence in communication devices and environments is not only institutional and technological, Manuel Castells describes the audience, which is positioned as both sender and receiver with media convergence, as audiences who interact and interpret the messages, they receive from different communication tools. He states that the active audience, which produces common meaning and shares their experiences in communication networks, also forms the basis of mass self-communication (2009:13). It is possible to mention that media convergence creates a change in the position of the audience and that content producers develop changes in the process of producing and distributing content. While media convergence is a process that mutually affects content producers and consumers, it is a cultural shift that allows the forces of producer and consumer to interact in unpredictable ways.

Media convergence, which means that functions performed with different tools can be achieved with a single device, makes it possible to connect multimedia and media content with technological developments. When we consider convergence in television broadcasting, interactive television broadcasting applications that emerge with the effect of digital technologies are diversified with internet access. Today, televisions, described as Smart TVs, offer a networked television viewing experience by integrating computer features with internet access. Smart television applications also allow viewers to watch the content later by providing options such as intervening in the content, selecting the content, recording the broadcasts, stopping, forwarding, rewinding, and replaying. With the convergence of new communication technologies in television broadcasting, the fact that the audience has more personalized and free viewing options also refers to new audience positions.

With the convergence of television's new communication technologies, the scope of television broadcasting has expanded and evolved into different dimensions. Web pages were opened on behalf of television channels, and programs began to be broadcast live on web TV and YouTube. The producers or channels offered new viewing experiences by opening accounts on social media platforms on behalf of the programs and interacting with the audience. It would be a correct approach to consider the changes and transformations brought about by media convergence in the context of media-media and audience.

With the convergence of television broadcasts to the internet, viewers can access them whenever they want, but they can follow the programs on their own time, not when they are broadcast (Karaduman & Aciyan, 2019:676). With media convergence, television and television programs have gained a global character. Today, television, beyond being a tool in the corner of the house where only national channels are watched, has become a tool with the characteristics of a computer, connects to the internet, and can watch content from all over the world. In this way, television programs gained a global character and allowed viewers worldwide to access the content. In this way, international television audiences have been created worldwide; dramas broadcast in one country have been watched in all countries and have a global fan base (Şimşek & Özmen, 2020: 413).

The media convergence, which gained momentum with the development and spread of the Internet, led to the development of a new publishing approach. In this process, television dramas have become watchable from non-television channels and environments. With the intensive use of internet technologies in television broadcasting, the concept of “internet serial broadcasting” has developed. Paid or free broadcasting digital platforms increased in this process, enabling television dramas to improve in quantity and quality. Dramas broadcast on traditional television have also become visible on digital platforms, reaching audiences worldwide. In this process, the quality of television dramas has increased, and audience habits have also changed.

With the convergence of television’s new communication technologies, viewers’ access to television dramas has become more accessible, and audience-oriented options such as start-stop, forward-rewind, recording, and rewatching have increased. Additionally, the fact that it offers ad-free viewing and mobile viewing opportunities indicates changing viewing habits (Karaduman & Çetinkaya, 2020: 960).

New communication technologies transform the audience’s straight/linear watching habits into non-linear watching habits in which the flow order can be changed (RTÜK, 2018: 91). While linear viewing is related to traditional television viewing habits, non-linear viewing habits are related to watching broadcasts at the desired time and place and interactive viewing with tools that make it possible to be included in the content (RTÜK, 2018: 91).

Television dramas, which are integrated with new communication technologies, enable individual audience experiences in private and public spaces. For example, dramas shot with large budgets can be watched on devices with internet access instead of television, regardless of their broadcast day and time. The fact that television dramas can be watched from devices such as tablets, smartphones, and

computers with internet connection at work, in public transportation, in traffic, while cooking or eating transforms the viewing habits and watching practices of the audience with their personal and alternative viewing experiences.

METHODS AND FINDINGS

The change experienced by television broadcasting with the convergence of the media has diversified the production styles of dramas, which are among the television program types, and the platforms on which they take place while offering the audience the opportunity to consume content in different media and environments. Various types of research reveal the changes in the understanding of television broadcasting with the convergence of new communication technologies of television. In this context, in the study titled “A Reception Analysis on Netflix’s First Turkish Series *the Protector*”, which deals with the effect of media convergence on television dramas, it has been determined that broadcasting the series on Netflix, an international platform also defined as the internet television network, has a prominent effect on the reasons for watching the series (Karaduman & Acıyan, 2019:685). The fact that the content is published on digital platforms affects the viewing preference of the audience.

In this study, the devices and environments that individuals prefer to watch dramas are discussed in the context of media convergence. The effect of gender, age, education level, marital status, and socioeconomic variables on watching preferences is tried to be revealed. The audience experiences that media convergence offers to the audience have also been identified. Studies dealing with the relationship between technology usage and gender have shown that the usage, duration, and mode of usage of digital technologies differ according to gender (Özmen & Çağlan Bilsel, 2022: 97). In another study aiming to reveal the relationship between gender and age in Instagram usage motives, it was concluded that there was no significant difference in the motivation levels of Instagram use according to the gender of the participants, but there was a link between the motivation of avoiding Instagram and surveillance and age (Saatçioğlu & İnanç 2020: 30). Studies have revealed that there is a relationship between gender and age with different contexts such as technology use, internet usage duration, and usage motivations.

As a result of the literature review, it was observed that the usage of technology was handled in the context of gender and age variables. On the other hand, this study is essential in revealing the response of media convergence to the audience by considering the effects of variables such as gender, age, marital status, education level, and socio-economic status on the devices and environments in which television dramas are watched. The study aims to fill the gap in this field by contributing to the current literature and being a source for future qualitative studies.

Based on this information, it is possible to say that various factors play a role in the differences in the means and environments in which the audience prefers to watch television dramas. In the study, the scale was developed based on field research. It was aimed to associate it with the concept of media convergence by revealing the effects of variables such as gender, age, marital status, education level, and socio-economic status on the preferences of the participants regarding the devices and environments used while watching television dramas.

The hypotheses determined for this purpose are as follows:

H-1) “The demographic characteristics of individuals are effective in the choice of the devices in which television dramas are watched”.

H-2) “The demographic characteristics of individuals are effective in selecting environments where television dramas are watched”.

The questionnaire applied in the research was made with CATI (Computer Aided Telephone Interview), one of the quantitative research methods. NUTS (Nomenclature of Territorial Units for Statistic - SRUC Turkey Statistical Regional Units Classification) was taken into account in determining the participants included in the study. According to the classification mentioned above, 81 provinces in Turkey are expressed as 12 regions in terms of specific common characteristics (population, cultural structure, level of development, etc.), and the provinces where the participants live are determined by choosing one area from the said regions. In this context, the research was applied to participants living in 15 metropolitan cities classified as NUTS 1 regions. It is seen that 23.6% of the participants live in Istanbul, 13.9% in Ankara, 13.0% in İzmir, 10.9% in Bursa, 9.2% in Kayseri, 7.6% in Adana, 7.2% in Samsun, 3.4% in Van, 2.3% in Erzurum, 2.5% in Tekirdağ and 2.2% in Gaziantep. In this context, it is possible to say that the cities where the participants of the research live show diversity.

Since the socioeconomic status could not be determined with the only income in the household, the socioeconomic status of the participants was considered without considering their income levels (URL-1). In this context, the participants in group A refer to noble families, who are considered to be the social elite, those whose wealth comes from at least 2-3 generations, prominent industrialists, senior managers, and famous self-employed people. Group B, on the other hand, consists of newly rich private sector managers, journalists, writers, senior public executives, and prominent tradespeople, who are described as underprivileged. C1 and C2 groups refer to professionals, white-collar workers, and small shopkeepers. Group D consists of blue-collar workers and qualified and semi-skilled workers. Group E, on the other hand, consists of unskilled workers, small tradespeople, and the unemployed with the lowest income and education level (URL-2).

Two main questions were asked of 240 participants who watched television dramas. Then, the data obtained were transferred to the Statistical Packages for the Social Sciences (SPSS) program, which enables statistical data analysis in the field of social sciences and analyzed by t-test in the context of gender, age, marital status, education level, and socioeconomic status variables. The reliability tests of the results obtained in the research, in other words, each of the hypotheses determined within the scope of the study were tested at $\alpha=0.05$, that is, 5% significance level. Thus, the reliability (significance) tests of each research finding were carried out, and the results above 5% were rejected (Newbold et al., 2013:347).

Before the research began, ethical approval was obtained from the Social and Human Sciences Research Ethics Committee of Istanbul University. Therefore, the study was conducted between 15.03.2022 and 15.04.2022, depending on the ethics committee's approval.

Technological Devices Used While Watching Television Dramas

A total of 240 participants participated in the research. 120 of the participants in the study are female, and 120 of them are male participants. The research was applied to the participants aged 18 and over 55 who watched television dramas.

A total of 302 answers were received from 240 participants (125.7%) since more than one answer was obtained from the participants in the question asked to determine how television dramas were watched. The majority of the participants watch dramas on television (n.208, 86.7%). On the other hand, it is a remarkable finding (23.7%) that the usage rate of smartphones while watching dramas is much preferred over tablets and computers.

Table 1. Technological Tools Used When Watching Television Dramas According to Gender, Age, Marital Status, Education and Socio-Economic Status %,

		Television	Tablet	Smart Phone	Personal Computer	Laptop	TOTAL
	N	%	%	%	%	%	%
General	240	86.7	6.7	23.7	4.6	4	125.7
Women	120	93.3 B	7.5	21.6	2.2	3	127.6
Men	120	80.2	5.9	25.7	6.9	5	123.8
18-24	44*	71.8	10.1	35.6 G	5.4	10.1 E	132.9
25-34	62*	86	6.3	25.1	1.9	5.3	124.6
35-44	51*	87.8	8.1	24.4	5.8	0	126.2

45-54	46*	97.4	CD	3.9	17	5.2	2	125.5	
55-70	37*	91.2	C	4.8	14.4	5.6	2.4	118.4	
Married	130	93.4	I	5.5	17.8	4.1	1.4	122.2	
Single	I 110	78.9		8.1	30.6	H	5.1	7 H	129.8
Elementary School	J 57*	84,5		7,8	26,9	6.2	K	0	125,4
High School	107	85,8		8,3	23,6	0,8		5	123,6
University Graduate	75*	89,7		3,6	21,3	8.7	K	5,5	128,9
AB	64*	87.9	P	6,1	25,1	10.2	NO	2,8	132,1
C1	88*	86.4	P	3,4	20,7	2,4		7,8	120,7
C2	68*	92.1	P	11.8	N	22,8	1,7	1,3	129,8
DE	20*	66,3		5,9	35,3	5,9		0	113,3

When we analyzed the data on the technological tools used while watching television dramas in detail with demographic variables, it was observed that there was a remarkable difference between gender and age factors and the tools with which television dramas were watched. Women watch television dramas more than men. As age increases, the rate of watching dramas on television increases at the correct rate. 78.9% of the participants who watch dramas on television are married. While singles watch television at a lower rate than married people, 30.6% of singles watch dramas on smartphones. As age increases, the rate of watching drama on smartphones decreases in direct proportion. Female participants aged 45-54 mostly watch dramas on television (Table 1).

Most participants watching the dramas on desktop computers are from the EU socioeconomic status, with 10.2%. On the other hand, participants between the ages of 18-24 come to the forefront compared to different age ranges since they state that they watch on a laptop 10.1% (Table 1). In this context, it is possible to say that how television dramas are watched differs from generation to generation. Participants of EU socioeconomic status watch dramas on television more than participants of DE socioeconomic status.

Time and Environment that Television Dramas are Watched

More than one answer was received from the participants to determine when and in which environment the domestic television dramas broadcast on national channels were watched. Most participants (72.2%) watch television dramas while they are broadcast on television in their day and time. On the other hand, the rate of participants who watch the drama on digital platforms at any time independent of the broadcast date is 23.6% (Table 2).

Table 2. Viewing Times and Environments of Television Dramas According to Gender, Age, Marital Status, Education and Socio-Economic Status %

		The series Basels on TV on On its own day and time		at any time, independent of the broadcast date	In public transport on the Road in Traffic	While Eating While Cooking	At work in the office	The Course The School	Together with my friends	Other	Total
		N	%	%	%	%	%	%	%	%	%
General		240	72.7	23.6	0.5	8.3	4.5	0.5	2.5	4.7	17.2
Women	A	120	76.1	22.4	0	9.7	0	0	3	4.5	15.7
Men	B	120	69.3	24.8	1	6.9	8.9	1	2	5	18.8
18-24	C	44*	59.1	28.9	2.7	10.8	0	2.7	0	2.7	06.7
25-34	D	62*	73.4	23.2	0	9.2	7.7	0	3.4	7.7	24.6
35-44	E	51*	66.9	24.4	0	8.7	4.6	0	5.2	4.6	14.5
45-54	F	46*	83	20.9	0	2	5.2	0	2.6	6.5	20.2
55-70	G	37*	83.2	20	0	11.2	3.2	0	0	0	17.6
Married	H	130	76	22.2	0	10.1	5.5	0	2.3	5.3	21.3
Single	I	110	68.9	25.2	1.1	6.2	3.2	1.1	2.7	4.1	12.5
Elementary School	J	57*	72	26.9	0	11.9	0	0	1.6	6.7	19.2
High School	K	107	75.3	15.8	1.1	10.3	3.3	1.1	2.5	3.1	12.5
University Graduate	L	75*	69.6	32	0	2.8	9.5	0	3.2	5.5	22.5
AB	M	64*	67.4	32.6	0	7	11.1	0	3.7	3.3	25.1
C1	N	88*	72.9	16.3	1.4	8.1	4.1	0	3.1	6.1	11.9
C2	O	68*	79.8	21	0	11	0	1.7	1.3	4.4	19.3
DE	P	20*	64.7	35.3	0	4.4	0	0	0	4.4	08.8

When the watching times and environments of television dramas are examined in detail, most (76.1%) female participants watch the dramas at the time they are broadcast and in the 45-54 age range (83.0%). Additionally, 76% of the participants over 55 are married, 75.3% are high school graduates, and 79.8% are in C2 socio-economic status. Participants between 18-24 watch television dramas on various digital platforms, with 28.9%, regardless of the broadcast date. While 32% of the participants who stated that they watched television dramas on digital media at any time independent of the broadcast date had undergraduate and graduate education levels, they were from the EU socio-economic status (32.6%). 11.9% of the participants who watch dramas while cooking is at the primary education level. On the other hand, male participants watch television dramas in the office workplace and are at the undergraduate and graduate levels of education and EU socio-economic status (Table 2).

With the convergence of new communication technologies in television broadcasting, the means and platforms on which television dramas, one of the television programs types, are broadcast have diversified. The viewer's position has changed in this process, and new viewing styles have emerged. When we

consider the viewers' new viewing types and places in the context of television dramas, the viewers have become mobile on the internet, digital platforms, or online viewers. The mobile audience found the opportunity to watch television dramas regardless of time and place. The fact that smart mobile phones are the second means of watching television dramas supports this view.

As a result of media convergence, television dramas have been watched on television and devices such as tablets, smartphones, laptops, and personal computers. Concerning this, the audience can watch the dramas on television on their day and at the broadcast time, but they can watch the drama from any platform at any time and place independent of the broadcast day. Moreover, media convergence transforms watching into a cultural process by offering alternative viewing opportunities in traffic/public transportation while cooking and/or eating, at the office/workplace, at school/course, or in the environment of friends, thanks to its timelessness and spatiality.

CONCLUSION

The continuation of the development of new communication tools and environments has led to discussions that television, one of the tools described as traditional media in communication sciences, will not be as powerful and effective as it used to be. However, television continued to maintain its power and influence by entering the digitalization process by integrating the features of new communication technologies and changing the broadcasting approach.

Television, one of the traditional media tools, converged with new computer-based communication technologies and allowed the audience to follow different media tools and environments simultaneously by watching the programs they wanted at any time and place. With the convergence of television's new communication technologies, viewers can watch television dramas from non-television devices and environments outside the home. Smartphones, tablets, and computers are how television dramas can be watched.

Digitalization led to a transformation of television's technology, distribution, economics, media policy and use (Mikos, 2016: 154). Reaching the audience from different platforms in the context of convergence of television content continues to change and transform watching practices. The tendency to watch television together turns into an individual watching practice. As access to internet technologies continues to expand in Türkiye, watching practices differ according to variables such as socio-economic status, gender, age and educational status. The transformation of television with digitalization, the culture of convergence and the circulation and flow of media content through different communication tools continue to transform audience practices.

According to the “Television Watching Trends Research” conducted by RTÜK in 2018, variables such as gender, age, marital status, education, and socio-economic status are influential in the media and content preferences of the audience (2018: 92). More recently, this study reveals that variables such as gender, age, marital status, education level, and socio-economic status show significant differences in the viewing preferences and environments of the participants.

Within the scope of the study, the tools used by the participants while watching the television dramas were discussed in the context of media convergence, and it was aimed to reveal the effect of demographic variables on the choice of the devices in which the television drama was watched. Within the scope of the research, it was seen that most participants still watched television dramas. However, it has been observed that media convergence offers viewers a diverse and alternative viewing experience.

Women watch television dramas more than men. Participants in the 45-54 age range watch more television dramas than those in the 18-24 and 25-34 age range. On the other hand, participants over the age of 55 watch dramas on television more than participants between the ages of 18-24. Married participants watch dramas on tv more than single participants. Single participants watch dramas more on their smartphones than married participants. Participants with undergraduate and graduate education levels watch television dramas on personal computers more than those with high school and primary education levels. Participants with AB, C1, and C2 socio-economic status watch dramas on television more than participants with DE socio-economic status. Participants with C2 socio-economic status watch dramas from tablets more than those with C1 socio-economic status.

However, it is a remarkable finding that smart mobile phones are the most used tool while watching dramas after television. Although television still maintains its power and place, the convergence of television’s other tools and mediums provides audiences with various tools and environments in their preference for watching television dramas. Those who watch television dramas on mobile smartphones perform a viewing practice independent of time and space. Additionally, mobile smartphones offer a more individual and unrestricted viewing experience in private and public areas.

The time and environment when the participants watched the television dramas were also discussed in the context of media convergence, and it was seen that the majority of the participants watched the dramas. At the same time, they were broadcast on television in their day and time. Additionally, it is essential within the scope of the study that 23.6% of the participants watch the drama on digital platforms at any time, regardless of the broadcast day and date. From this point of view, it is possible to talk about the transformation of television broadcasting

and viewing practices in the context of media convergence. The diversity of the devices and viewing environments used while watching television dramas transforms the act of watching into a cultural practice.

Participants over the age of 45 watch television dramas on television more than the participants in the 18-24 age group on their broadcast day. Male participants watch dramas more in the office/workplace than female participants. Compared to high school graduates, participants with undergraduate and graduate education levels watch more dramas from digital platforms at any time, regardless of the broadcast date. Participants with primary and below education watch dramas while cooking or eating more than participants with undergraduate and graduate education. On the other hand, participants with EU socio-economic status watch dramas from digital platforms at any time, regardless of the broadcast date, compared to participants with C1 socio-economic status. Media convergence finds more significant responses among respondents aged 18-24 and 25-34. In other words, since the media and environments in which the participants between the ages of 18-24 and 25-34 watch television dramas show more diversity than other participant age groups, it can be said that they can watch more freely.

Smartphones, tablets, computers, and laptops eliminate the limit of watching television dramas only on television and on the day the drama is broadcast. Additionally, they offer the opportunity to watch them at work, while cooking or eating, in traffic / on the road / in public transport, at school or in a course, and the environment of friends. All this information refers to the non-linear viewing of television dramas. Therefore, it is possible to associate the diversity of media and environments in which television dramas are watched with the audience's requirement to consume more than one media tool in relation to each other for Jenkins' media convergence to occur. In light of all this information, when we consider television dramas in the context of media convergence, it is possible to talk about the viewing experience of the audience in different times and environments, as the content of the dramas takes place on other digital platforms and the content flows from multiple platforms.

When the devices and environments in which the participants watched television dramas were examined according to their demographic characteristics, it was concluded that there were significant differences in terms of the devices and environments they preferred to watch television dramas, depending on variables such as gender, age, marital status, education level, and socio-economic status. These findings prove the correctness of the hypotheses of the study. Therefore, variables such as gender, age, marital status, education level, and socio-economic status appear as essential criteria in choosing the devices and environments in which television dramas are watched.

Studies with qualitative methods to determine the devices and environments used by individuals while watching television dramas will yield valuable results in revealing more profound and detailed data on the subject. In addition, studies based on the age range of 18-24 and 25-34 will provide data on the personal/individual viewing experience regarding watching television dramas from mobile devices since young participants mostly watch television dramas on mobile smartphones.

REFERENCES

- Castells, M. (2009). *Communication Power*, New York: Oxford University.
- Çelenk, S. (2005). *Television Representation and Culture*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Dijk, V.A. (2016). *Network Society*, Çev: Ö. Sakin, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Flew, T. (2010). *New Media: An Introduction*, (3.B), Oxford: Oxford University.
- Geçkin Onat, S. (2017). *Convergence Culture and Online Environmental Participation*, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press,
- Jenkins, H. (2016). *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*, Trans: N. Yeğengil, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jenkins, H. (2017). The Cultural Logic of Media Convergence, F. Aydoğan In *New Media Theories*, (S.39-45), İstanbul: Der Yayınları.
- Karaduman, S., Acıyan, E.P. (2019). A Reception Analysis on Netflix's First Turkish Series "The Protector", *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (32), 669-687.
- Karaduman, S., Çetinkaya, E. (2020). Web Series Audience Reception Analysis in The Context Of "Atıye" Series, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(73),959-969.
- Latzer, M. (2013). Media Convergence, *Ssrn Electronic Journal*, 123-133.
- Mikos, L. (2016). Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154-161.
- Newbold, P., & Carlson, W.L., Thorne, B. M. (2013). *Statistics For Business and Economics*, British Library Cataloguing-In-Publication Data.

Özmen, S., Bilsel, Ö. Ç. Smartphone Use, Gender and Attachment Styles: The Film Of The “Cebimdeki Yabancı” (Stranger in My Pocket). Y.D. Birinciöğlu, G. Parlayandemir, In *Cinema and Gender*, 97-110, İstanbul: Eğitim Yayınevi.

Özmen, S., Bilsel, Ö. Ç. Smartphone Use, Gender and Attachment Styles: The Film Of The “Cebimdeki Yabancı” (Stranger In My Pocket). Y.D. Birinciöğlu, G. Parlayandemir, In *Cinema and Gender*, 97-110, İstanbul: Eğitim Yayınevi.

Rtük (2018). Television Watching Trends Research.

Saatçioğlu, E., & İnanç, A. (2020). A Research On The Relationship Between Instagram Usage Motives, Gender And Age From The Perspective Of Uses And Gratifications Theory, *Global Media Journal Tr Edition*, 10(20), 131-152.

Stanley J. B., Dennis K. D. (2009). *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, And Future*, Boston, Ma: Wadsworth Cengage Learning.

Şimşek, A., Özmen, S. (2020). The Effects of Globalization On Turkish Dramas In Terms Of Production Practices, *Intermedia International E-Journal*, 7(13), 411-428.

Walther, J.B., Carr, C.T., Choi, W.S.S., Deandrea, D.C., Kim, J., Tong, S.T., Van Der Heide, B. A. (2011). Research Agenda For Technology Convergence, Zizi Papacharissi, In *A Networked Self Identity, Community And Culture On Social Network Sites*, 17-39, Newyork: Routledge.

ELECTRONIC REFERENCES

URL-1 <https://esomar.org/> (Erişim Tarihi: 03.09.2022).

URL-2 <https://www.theadx.com/tr/sosyo-ekonomik-hedefleme> (Erişim Tarihi: 03.09.2022).

TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR İLE YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİ İLİŞKİSİ: BİR ASİMETRİK ANALİZ

Servet KAPÇAK

Bağımsız Araştırmacı, Türkiye

servet.kapcak@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0397-9704>

<i>Atf</i>	KAPÇAK, S. (2023). TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR İLE YENİLENEBİLİR ENERJİ TÜKETİMİ İLİŞKİSİ: BİR ASİMETRİK ANALİZ. <i>Istanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 15(3), 401-420.
------------	--

ÖZ

Enerji, uygarlık tarihinin var olduğu dünden günümüze kadar insanoğlunun var olabilmesi, yaşamını sürdürmesi, korunması, barınması ve yaşam kalitesini artırması gibi temel ihtiyaçlarının karşılanmasında kullandığı temel faktör olmuştur. Tüketim ve üretimin her aşamasında enerjinin önemi her geçen gün artmaktadır. Bu yüzden dünya enerji gücünü elinde bulunduran ülkeler sürekli bir gelişim halindedir. Son yıllarda enerji arzında meydana gelen krizler ülkeleri yeni alternatif enerji kaynaklarına yönlendirmiştir. Bu çalışmanın amacı doğrudan yabancı yatırımlar ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki asimetrik ilişkiyi Türkiye ekonomisi için 1980-2019 döneminde araştırmaktır. Yeni nesil testlerden olan saklı eşbütünleşme yaklaşımı ve Hatemi & Irandoust eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Değişkenlerin durağanlık analizi ADF ve KPSS birim kök testleriyle test edilmiştir. Hatemi J & Irandoust eşbütünleşme testine göre, değişkenler arasında uzun dönemde ilişkili olduğu bulunmuştur. FMOLS ve DOLS tahminci yöntemleri ile değişkenlerin uzun dönem katsayıları tespit edilmiştir. Son olarak, saklı hata düzeltme modeli uygulanmış, doğrudan yabancı yatırımlar – bileşeninden yenilenebilir enerji tüketimi – bileşenine doğru bir asimetrik nedenselliğin varlığı tespit edilmiştir. Sonuçlar politika önerilerin sunulmasında etkili olacaktır.

Anahtar kelimeler: *Yenilenebilir Enerji Tüketimi, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Saklı Eşbütünleşme, Saklı Hata Düzeltme Modeli.*

Geliş tarihi: 28.01.2023 – Kabul tarihi: 20.04.2023, DOI: 10.17932/IAU.IAUSBD.2021.021/iausbd_v15i3007

Araştırma Makalesi-Bu makale iThenticate programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

THE RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENTS AND RENEWABLE ENERGY CONSUMPTION IN TURKEY: AN ASYMMETRIC ANALYSIS

ABSTRACT

Energy has been the main factor used by mankind in meeting its basic needs such as existence, maintaining its life, protection, housing and improving the quality of life from the past to the present, when the history of civilization existed. The importance of energy at every stage of consumption and production is increasing day by day. That is why the countries that hold the world energy power are in a constant state of development. The energy supply crises that have occurred in recent years have led countries to new alternative energy sources. The energy supply crises that have occurred in recent years have led countries to new alternative energy sources. The aim of this study is to investigate the asymmetric relationship between foreign direct investments and renewable energy consumption for the Turkish economy in the period of 1980-2019. The hidden cointegration approach and Hatemi & Irandoust cointegration test, which are one of the new generation tests, were used. The stationarity analysis of the variables was tested with ADF and KPSS unit root tests. According to the Hatemi J & Irandoust cointegration test, it was found that there is a long-term relationship between the variables. The long-term coefficients of the variables were determined by FMOLS and DOLS estimator methods. Finally, the hidden error correction model was applied, and the existence of an asymmetric causality from the foreign direct investment component to the renewable energy consumption component was determined. The results will be effective in presenting policy recommendations.

Keywords: *Renewable Energy Consumption, Foreign Direct Investment, Hidden Cointegration Test, Hidden Error Correction Model.*

GİRİŞ

Enerji, insan yaşamı, çevre ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın olabilmesi için zorunluluk arz etmektedir. Ülkelerin enerji ve enerji sektörlerinin gelişimini sağlamadan, enerji için alt yapı hazırlamadan sürdürülebilir kalkınma ve büyüme hedeflerinin gerçekleştirilmesi neredeyse imkânsızdır. Tarihsel süreçte nüfus ve ekonomik faaliyetlerin artması ile birlikte enerji kaynaklarına olan talebi artırmıştır. Özellikle 18. ve 19. yüzyılda yeni buluşların meydana gelmesiyle ve meydana gelen sanayi devrimiyle birlikte makineleşme artış göstermiştir. Bu yüzden kitle üretim ve aşırı tüketim tüm dünyada enerji kullanımını artırmıştır. Bunun birlikte artan ekonomik faaliyetleri başta fosil yakıtlardan olan kömür, enerji kaynağı olarak kullanılmış beraberinde artan çevre sorunlarını ortaya çıkarmıştır (Asumadu-Sarkodie & Owusu, 2016). Ancak 1970 yılından meydana gelen petrol krizi, farkındalığı artırmış enerji kaynaklarının kullanımı artış göstermiştir. Enerji arzı açısından sorun yaşanmaması için hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler enerji ihtiyacının karşılanması ve enerji politikalarını geliştirmeleri önemli konu haline gelmiştir. Geliştirilen bu politikalar neticesinde fosil enerji kaynakların hem tükenebilir olması hem de biyolojik ve ekolojik çevreye olumsuz etkilerinden dolayı yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelme eğilimini artırmıştır (Tafti & Mottaghtalab, 2017).

Yenilenebilir enerji kaynakları olan jeotermal, güneş, rüzgar, su ve biyokütle enerji kaynakları sürdürülebilir kalkınma için öneme sahiptir. Bu kaynakların çevre dostu olması sebebiyle politika yapıcılarının göz önünde bulundurduğu temel enerji kaynakları haline gelmiştir. Fosil yakıtlara alternatif olarak dikkate alınan yenilenebilir enerji kaynakları son yirmi yılda Asya, Avrupa ve Amerika gibi gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin küresel bazda yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik önemli çalışmalar yürütülmektedir. Fosil yakıtların demografik ve çevresel yapı üzerindeki olumsuz etkisi diğer taraftan tükenebilir olması temiz enerji arayışları hız kazanmıştır (Nguyen & Kakinaka, 2019). Ancak yenilenebilir enerji tüketimine geçiş ve ar-ge açısından çok maliyetli bir durumdur. Bundan dolayı bu alt yapı maliyetlerini karşılamak ortaya çıkan riskleri desteklemek, finanse etmek, güçlü ve istikrarlı bir finansal bütçenin olması gerektirdiği gibi, uluslararası sermayenin önünü açarak kendi ülkene doğru yön vermek için sağlam bir mali piyasa yapısı gerekmektedir. Böylece birçok ülke mali piyasaların zayıflığı ve yetersizliği yüzünden geleneksel enerji tüketiminden yenilenebilir enerji tüketimine doğru geçiş yapamamıştır (Khan vd., 2021).

Toplam enerji üretimi kalkınma ve büyümesini etkilediği gibi, toplam enerji yüzdesi içinde yenilenebilir enerji payını artırmayı amaçlayan politikacılar, yenilenebilir enerji kaynaklarını etkileyen faktörleri ortaya koymaya çalışmaktadırlar.

Dolayısıyla doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji kaynaklarını etkileyen faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) sermayenin çeşitli yollarla ülke dışına çıkararak, ülkenin kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler doğrudan yabancı yatırımların ülkeye girişlerini her zaman bir avantaj olarak görmektedirler. Doğrudan yabancı yatırımlar genellikle çok uluslu şirketler tarafından ülkeye doğru çekilen kanallardan bir tanesidir (Borenszstein vd., 1998). Esty & Gentry (1997) doğrudan yabancı yatırımların üç farklı amacının olduğunu ifade etmektedirler. Bunlar piyasa odaklı olan, kaynak odaklı olan ve üretim platformu arayan doğrudan yabancı yatırımlardır. Çevresel düzenlemelere ve maliyete duyalı olmaları daha zayıf olan ilk ikisidir. Üçüncüsü ise çevresel düzenlemelere daha çok duyarlı olan endüstrilerdir. Bunlarla birlikte maliyeti düşürmeyi amaçlayan doğrudan yabancı yatırımlar mevcuttur. Bu maliyet düşürücü doğrudan yabancı yatırımlar Kirlilik Sığınağı Hipotez (PHH) olarak geçmekte ve çevre, yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde etkili olabilmektedirler (Aliyu, 2005). Kirlilik Sığınağı Hipotezine görüşüne göre, gelişmekte olan ülkelere giren doğrudan yabancı yatırımlar çevresel kirliliği artırdığı iddia etmektedirler (Zarsky, 1999).

Doğrudan yabancı yatırımlar, ülke ekonomisi için pozitif etki yaparken, yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde pozitif ya da negatif etkiler oluşturmaktadır (Akyol & Mete, 2021). Bu hipotezin aksi durumunu düşünen doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerjiyi tüketimini pozitif açıdan etkilemesi teknolojik yayılımın etkili olduğu durum söz konusudur. Kirlilik Halo Hipotezi olarak adlandırılan bu görüşe göre, doğrudan yabancı yatırımların iyi bir yönetim ve ev sahibi ülkede daha sağlıklı, temiz bir çevre sağlayacaklarını iddia etmektedirler (Çağlar, 2020). Bu kapsamda doğrudan yabancı yatırımlar dünyadaki modern ve gelişmiş teknolojiyi ülkeye getirmektedir. Bu yenilikçi yöntemlerle üretim sağlar, yenilenebilir enerji kullanımı hızlanır (Kutan vd., 2017).

Doğrudan yabancı yatırımların, yenilenebilir enerji tüketimini pozitif etkilediği gibi negatif etkileri de olacaktır. Bu durum Kirlilik Sığınağı Hipotezi (PHH) görüşünde gerçekleşmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınmalarını sağlamak için yabancı yatırımları ülkeye çekme yarışı çevresel politikaları esnetilmesi ya da göz ardı edilmesi, gelişmiş ülkelerde çevre konusunda daha duyarlı sert politikalar izlemesiyle birlikte çevre sorunlarının bu bölgelere doğru kaymasını sağlamıştır. Kirlilik Sığınağı Hipotezi, petrol gibi geleneksel enerji ürünlerini gelişmekte olan ülkelerde sınırsız çıkarılması dolayısıyla çevre sorunlarını beraberinde getirmektedir (Çağlar, 2020, Aliyu, 2005, Benli, 2020).

Modele dahil edilen yenilenebilir enerji tüketimi ve doğrudan yabancı yatırımlar faktörleri arasında bir ilişki olduğu hipotezi doğrultusunda çalışmanın amacı, doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde nasıl bir etkide bulunacağını Türkiye için 1980-2019 dönemi verileri kullanılarak araştırılmaktadır. Mevcut literatürde enerji tüketimi ve DYY ile çok sayıda çalışma olmasına rağmen, Yenilenebilir enerji tüketimi ve doğrudan yabancı yatırımlar ile ilgili çalışmalar sınırlı sayıda olması konuyu önemli hale getirmektedir. Ayrıca literatüre katkı sağlanması da çalışmanın bir başka amacıdır. Bu amaçlar doğrultusunda uygulanan Saklı eşbütünleşme yaklaşımının güncel bir yöntem olması uzun dönem etkilere yönelik güvenilir sonuçlar vermektedir.

Çalışmanın ana konusu olan doğrudan yabancı yatırımlar ve yenilenebilir enerji tüketimi faktörleri literatürde farklı makroekonomik serilerle ilişkilendirilip ekonometrik uygulamalara temel değişken olmuştur. Bu çalışmada doğrudan yabancı yatırımları ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişki farklı bir ekonometrik metodoloji kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun üzerine birim kök, asimetrik eşbütünleşme, uzun dönem tahmini ve asimetrik nedensellik analizleri bağlamında araştırılmaktadır.

Çalışmanın temelini dört ana bölüm oluşturmaktadır. İlk kısımda konunun önemi ve amacı üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise konu ile ilgili mevcut literatür incelenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümü olarak Türkiye ekonomisi dikkate alınmış yenilenebilir enerji tüketimi ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişki incelenmektedir. Bu ilişki yeni nesil testlerden olan Saklı eşbütünleşme testi ile analiz edilmektedir. Saklı eşbütünleşme ile tespit edilen seriler arasında asimetrik bir nedenselliğin olup olmadığını Granger-Yoon tarafından geliştirilen Saklı Hata Düzeltme Modeli ile araştırılmaktadır. Elde edilen ampirik sonuçlar değişkenlere bağlı olarak ayrı ayrı yorumlanmaktadır. Çalışmanın son bölümü olan sonuç kısmında ise genel bir değerlendirme yapılarak elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlara göre uygun politika önerileri sunulmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Çevresel kirliliğin etkisini yok etmek, enerji ulusal ve uluslararası düzeyde enerji arzının sağlanması için yenilenebilir enerjinin varlığı önemli hale gelmiş ve politikacıların gündeminde dikkate değer yerini almıştır. Yenilenebilir enerjinin çevre üzerindeki olumlu etkisi teorik ve ampirik çalışmaların konusu olmuştur. Ancak literatürde doğrudan yabancı yatırımların, enerji kullanımındaki tespitinden daha çok DYY'nin CO₂ üzerindeki etki araştırılmıştır (Ergun vd., 2019; Hagert ve Marton, 2017).

Mert & Bölük (2016) Çalışmalarında doğrudan yabancımanın etkisini incelemişlerdir. Yatırım (DYY) ve yenilenebilir enerjinin potansiyelinin 21 Kyoto ülkesi için dengesiz panel analizi kullanarak Çevresel Kuznet Eğrisi (EKC) hipotezi test edilmiştir. Panel nedensellik testine göre, yenilenebilir enerji tüketiminden doğrudan yabancı yatırım girişine kadar uzun vadede önemli nedenselliğin olduğu ve doğrudan yabancı yatırımların temiz teknoloji getirdiğini ve çevre standartlarını iyileştirdiğini belirten kirlilik halo hipotezini desteklemektedir.

Çalışmalarında Vietnam örneğini ele alan Tang & Tan (2015), değişkenler arasındaki ilişkiyi Johansen eşbütünleşme testi ile araştırmışlardır. 1976-2009 verileri kullanılarak elde edilen bulgulara göre, doğrudan yabancı yatırımların ülkedeki kirliliği artırdığı sonucuna ulaşılmış ve böylece PHH hipotezini desteklemiştir.

Fan & Hao (2019) Çalışmalarında 2000-2015 yılları arasında 31 Çin eyaletinde yenilenebilir enerji tüketimi, doğrudan yabancı yatırım ve gayri safi yurtiçi hasıla arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Özellikle tahminler için birim kök testi, eşbütünleşme testi, vektör hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Ampirik sonuçlar, kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla, kişi başına doğrudan yabancı yatırım ve kişi başına yenilenebilir enerji tüketimi arasında uzun vadeli ve istikrarlı bir denge ilişkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, uzun vadede gayri safi yurtiçi hasıla büyümesindeki mütevazı bir yavaşlama ve hedeflenen doğrudan yabancı yatırım Çin'de yenilenebilir enerji üzerinde önemli bir artış yaratacaktır.

Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesini baz alarak inceleyen Shahbaz vd. (2019), 1990-2015 dönemine ait yıllık veriler kullanmışlardır. Yöntem olarak GMM yöntemi kullanılarak elde edilen bulgulara göre, doğrudan yabancı yatırımların karbondioksit emisyonuna neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmalarında 1975-2016 dönemine ait yıllık veriler kullanarak ve Pakistan ekonomisini inceleyen Ur-Rahman vd.,(2019), Doğrusal olmayan otoregresif (NARDL) yaklaşımını kullanmışlardır. Bulgulara göre hem kısa hem de uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımlar ile karbon emisyonu arasında bir simetrik ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Gregory-Hansen eşbütünleşme testi ile Türkiye örneğinin üzerinde duran Polat (2015), DYY ve CO2 emisyonunun uzun dönemde ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Değişkenlerin uzun dönem katsayıları için FMOLS ve CCR testini kullanmıştır. Çalışma neticesinde GSYİH'nın çevre kirliliğini artırırken, doğrudan yabancı yatırımların çevre kirliliği üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisini sabit etkiler modeli ile 56 alt ve orta gelirli ülke için inceleyen Hagert & Marton (2017)'un çalışmalarındaki bulgulara göre, doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerinde negatif bir etki oluşturduğu bulunmuştur. Bu durum kirlilik sığınağı hipotezini (PHH) destekler nitelikte olduğu tespit edilmiştir.

1971-2009 döneminde 19 G20 ülkesinin panel verilerini kullanarak doğrudan yabancı yatırımların net girişinin temiz enerji kullanımına, emisyonlara ve ekonomik büyümeye katkısını araştıran Lee (2013), çalışmasında doğrudan yabancı yatırımların ekonomik büyümeyi doğrudan etkilediği sonucuna varmıştır. Öte yandan karbon emisyonları, doğrudan yabancı yatırımlar ve temiz enerji kullanımıyla bağlantılı olduğuna dair ikna edici tespitlere ulaşmıştır.

Sabia vd., (2014) çalışmalarında 1975-2011 dönemini ele alarak ARDL'ye bağlı test yaklaşımını kullanarak Birleşik Arap Emirlikleri'nde doğrudan yabancı yatırımlar, temiz enerji, dış ticaret, karbon emisyonları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yazarlar doğrudan yabancı yatırımların enerji tüketimi üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, enerji tüketimi ile DYY arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığına rastlanılmıştır.

Kazakistan ve Özbekistan'daki doğrudan yabancı yatırım ile ekonomik büyüme ve yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi ele alan Gabara vd., (2021), çalışmalarında 1992- 2018 dönemini incelemişlerdir. Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisiyi araştırmak için Granger nedensellik testi yaklaşımı uygulanmıştır. Sonuçlar, söz konusu iki ülkede doğrudan yabancı yatırım ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında iki yönlü bir bağlantı olduğunu göstermektedir.

MODEL VE VERİ SETİ

Çalışmanın bu bölümünde doğrudan yabancı yatırımlar ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi incelenecektir. Bu ilişkinin incelenmesi bağımlı ve bağımsız değişkenlerden oluşmaktadır. Basit regresyon modeli tercih edilerek etkilenen değişken yani bağımlı değişken Y, etkileyen yani bağımsız değişken ise X ile ifade edilmiştir. Bağımlı ve bağımsız temel basit regresyon modeli aşağıdaki denklem ile açıklanmıştır (Gülmez, 2015).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + u_t$$

1

Bu basit reğresyon modelini oluşturan doğrudan yabancı yatırımlar (DYY) ile yenilenebilir enerji tüketiminden (REN) meydana gelen iki değişkinden oluşmaktadır:

$$REN = \beta_0 + \beta_1 DYY + u_t \quad 2$$

Basit regresyon modelinde yer alan sabit sayıyı, ise hata terimini temsil etmektedir.

METODOLOJİ

Türkiye ekonomisi örnek alınarak doğrudan yabancı yatırımlar ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişki incelenmiştir. Değişkenler ayrı ayrı veri setinden elde edilmiştir. Yenilenebilir enerji tüketimi BP'den doğrudan yabancı yatırımlar ise Dünya Bankasından elde edilmiştir. Doğrudan yabancı yatırımlar ile yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi incelemek için 1980-2019 dönemine ait yıllık verilerden faydalanılmıştır. Literatüre katkı sağlamak amacıyla bu çalışma ihtiyaç duyulan ekonometrinin temel yöntemleri ve yeni nesil testlerden faydalanılmıştır. Ve üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada değişkenlerin logaritması alınarak veriler modele dahil edilerek birim kök testlerden olan ADF ve KPSS testleriyle durağanlık analizi yapılmıştır. Uzun dönemde aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığı tespit edebilmek için Johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Yapılan Johansen eşbütünleşme testi ile değişkenler arasında herhangi bir anlamlı ilişkinin olmaması gerekmektedir. Çünkü analizin bir sonraki adım olan Hatemi j ve Irandoust(2012) saklı eşbütünleşme testine geçmesi için önemli koşul taşımaktadır. Çalışmanın ikinci aşamasında dikkate alınan değişkenlere ayrı ayrı uygulanan kodlar ile değişkenler pozitif ve negatif bileşenlerine ayrıştırılmaktadır. Elde edilen pozitif ve negatif bileşenler Hatemi j ve Irandaoust (2012) saklı eşbütünleşme testine tabi tutularak hangi bileşen arasında anlamlı bir ilişki tespit edilirse, bu bileşenlerin uzun dönem katsayısı tahmin edebilmek için Phillips-Hansen (1990) FMOLS ve Stock ve Watson (1993) (DOLS) tahmincisi uygulanmıştır. Son ve üçüncü aşama ise Hatemi j ve Irandoust(2012) saklı eşbütünleşme testinde pozitif ve negatif bileşenlerde anlamlı ilişki bulunması ile Granger-Yoon(2002) tarafından geliştirilen saklı hata düzeltme kurulup bileşenler arasında uzun dönemde asimetrik nedenselliğin olup olmadığını varlığı araştırmaktır.

SAKLI EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ

Çalışmada geleneksel eşbütünleşme yöntemlerin kullanılmasının yanı sıra yeni nesil testlerden olan Granger Yoon (2003) tarafından geliştirilen ve literatüre kazandırılan saklı eşbütünleşme yaklaşımı kullanılmıştır. Zaman serisine bağlı olarak değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşik olamayacağı gibi pozitif ve negatif bileşenleri arasında eşbütünleşik olabileceğini öne sürmüşlerdir. Bundan dolayıdır ki, değişkenlerin uzun dönemde piyasadaki negatif ve pozitif şoklara karşı farklı tepkiler verebileceği varsayılmaktadır. Saklı eşbütünleşmenin temeli Jonahsen eşbütünleşme testine dayanmakta ve benzer aşamalardan geçmektedir (Hatemi-J, 2012). Saklı eşbütünleşme yaklaşımını açıklayabilmek için pozitif ve negatif şokları 3 ve 4 no'lu denklemlerde iki bileşenin rassal yürüyüşü aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır (Granger ve Yoon, 2002).

$$\begin{aligned} X_t &= X_{t-1} + \varepsilon_t = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i & 3 \\ Y_t &= Y_{t-1} + \eta_t = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i & 4 \end{aligned}$$

3 ve 4 no'lu denklemler başlangıç değerleri göstermektedir. Burada yer alan $t = 1, 2, \dots, T$ dönemlerini, serisi için bileşenlerin pozitif ve negatif değerleri 5 ve 6 no'lu denklemlerde gösterilmiştir.

$$\begin{aligned} \varepsilon_i^+ &= \max(\varepsilon_i, 0) & \varepsilon_i^- &= \min(\varepsilon_i, 0) & 5 \\ \eta_i^+ &= \max(\eta_i, 0) & \eta_i^- &= \min(\eta_i, 0) & 6 \\ \varepsilon &= \varepsilon^+ + \varepsilon^- & \text{ve} & \eta = \eta^+ + \eta^- \end{aligned}$$

Böylelikle

$$\begin{aligned} X_t &= X_{t-1} + \varepsilon_t = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^+ + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^- & 7 \\ Y_t &= Y_{t-1} + \eta_t = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i^+ + \sum_{i=1}^t \eta_i^- & 8 \end{aligned}$$

Daha sonra 9 ve 10 no'lu gösterimler aşağıdaki gibi basitleştirilebilir (Granger ve Yoon, 2002):

$$\begin{aligned} X_t &= X_0 + \varepsilon_i^+ + & 9 \\ Y_t &= Y_0 + \eta_i^+ \eta_i^- & 10 \end{aligned}$$

Granger ve Yoon (2002), $X_i^+ = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^+$, $Y_i^+ = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i^+$, $X_i^- = X_0 + \sum_{i=1}^t \varepsilon_i^-$, $Y_i^- = Y_0 + \sum_{i=1}^t \eta_i^-$ varsayımını 9 ve 10 no'lu denklemlerden türetmiştir. Pozitif ve negatif serilerin değişimi $\Delta X_t^+ = \varepsilon_t^+$, $\Delta Y_t^+ = \eta_t^+$, $\Delta X_t^- = \varepsilon_t^-$, $\Delta Y_t^- = \eta_t^-$ şeklinde ifade edilir. Sonuç olarak Johansen eşbütünleşme testine uvarlanarak saklı eşbütünleşme analizi yapılmaktadır.

SAKLI HATA DÜZELTME MODELİ

Pozitif ve negatif bileşenler saklı eşbütünleşme yaklaşımı ile test edildiğinde Granger ve Yoon (2003) tarafından sunulan saklı hata düzeltme modeli

oluşturulmaktadır. X^t ve Y^t bileşenleri arasında uzun dönemde birlikte hareket ettiğinde yani eşbütünleşmenin varlığı tespit edildiğinde Saklı hata düzeltme modeli 11 ve 12 no'lu eşitliklerdeki gibi kurulabilir.

$$\varepsilon_t^+ = \gamma_0 + \gamma_1 \left(\sum_{i=1}^{t-1} \varepsilon_i^+ - \sum_{i=1}^{t-1} \eta_i^+ \right) + lags(\varepsilon_{t-1}^+, \eta_{t-1}^+) + \varsigma_t \quad 11$$

$$\eta_t^+ = \delta_0 + \delta_1 \left(\sum_{i=1}^{t-1} \varepsilon_i^+ - \sum_{i=1}^{t-1} \eta_i^+ \right) + lags(\varepsilon_{t-1}^+, \eta_{t-1}^+) + \varsigma_t \quad 12$$

Burada $(\varepsilon_{t-1}^+, \eta_{t-1}^+)$ gecikmeleri, uzun dönem tahmin kalıntıları olan ε_{t-1}^+ , η_{t-1}^+ 'nin farklı gecikmeleridir. Böylece ΔX_t^+ ve ΔY_t^+ değişkenleri 13 ve 14 no'lu denklemlerdeki gibi formüle edilebilir:

$$\Delta X_t^+ = \gamma_0 + \gamma_1 (X_{t-1}^+ - Y_{t-1}^+) + lags(\Delta X_{t-1}^+ - \Delta Y_{t-1}^+) + \varsigma_t \quad 13$$

$$\Delta Y_t^+ = \delta_0 + \delta_1 (X_{t-1}^+ - Y_{t-1}^+) + lags(\Delta X_{t-1}^+ - \Delta Y_{t-1}^+) + \varsigma_t \quad 14$$

Modelde yer alan γ_1 ve δ_1 hata düzeltme katsayılarıdır. Bu kalıntıların uzun dönemde iyileşip iyileşmediğini test edebilmek için saklı hata düzeltme modeli (ECT)'nin katsayısı negatif ve %1, %5 ve %10 kritik değerlerde anlamlı çıkması gerekmektedir.

FMOLS TAHMİNCİSİ

Literatüre Phillips-Hansen (1990) tarafından kazandırılan ve değişkenlerin uzun dönem katsayılarını belirlemek için modifiye edilmiş FMOLS yöntemi kullanılmıştır (Gülmez, 2015: 24). Burada $\hat{\Omega}$ ve $\hat{\Lambda}$ uzun dönem kovaryans matrisleri olup ve kalıntılar ($u_t = (u_{1t}, u_{2t})'$) kullanılarak analiz edilmiştir. Buradan aşağıdaki denklem takip edilmektedir.

$$y_t^+ = y_t - \hat{\omega}_{12} \hat{\Omega}_{22}^{-1} u \quad 15$$

$$\hat{\lambda}_{12}^+ = \hat{\lambda}_{12} - \hat{\omega}_{12} \hat{\Omega}_{22}^{-1} \hat{\Lambda}_{22} \quad 16$$

15 ve 16 no'lu denklem izlenerek FMOLS tahmircisi 17 no'lu denklem formülize edilmiştir:

$$\hat{\theta} = \begin{bmatrix} \beta \\ \hat{\gamma}_1 \end{bmatrix} = \left(\sum_{t=2}^T Z_t Z_t' \right)^{-1} \left(\sum_{t=2}^T Z_t y_t^+ - T[\hat{\lambda}_{12}^+] \right) \quad 17$$

Burada $Z_t = (X_t', D_t')$ şeklinde elde edilir. FMOLS tahmircisinde en önemli kilit nokta uzun dönem kovaryans matris tahmircileri ($\hat{\Omega}$ ve $\hat{\Lambda}$) oluşturmuş olmasıdır.

DOLS TAHMİNCİSİ

DOLS tahmircisi Stock ve Watson (1993) tarafından literature kazandırılan, geliştirilen ve değişkenlerin eşbütünleşme tahmininde kullanılan bir yöntem olup $I(0)$, $I(1)$ ve $I(2)$ olan değişkenlerin bir arada hesaplanmasına olanak sağladığı için eşbütünleşme vektör tahmininde avantajlara sahiptir. Bir diğer avantajı ise bağımsız değişkenler arasında otokorelasyon sorunu var olması durumunda güçlü tahminler ortaya koymaktadır (Hepsağ, 2009). DOLS yöntemi, diğer alternatif tahmircilerle kıyaslandığında küçük örneklerde daha güçlü sonuçlar vermektedir (Irffi vd., 2006)

BULGULAR

Değişkenlerin bir bütünlük içinde olabilmesi için durağanlık testleriyle sınanması gerekmektedir. Literatürde birçok durağanlık testleri bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada kullanılan testler ADF ve KPSS birim kök testleridir.

Analizde yer alan doğrudan yabancı yatırımların ve yenilenebilir enerji tüketimi değişkenlerin durağanlık sınanması ADF ve KPSS testleri ile gerçekleştirilmiş ve

Tablo 1’de gösterilmiştir. Uygulanan testler değişkenlerin birinci farkında durağan olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuç değişkenlerin eşbütünleşme analizi için Johansen eşbütünleşme, Hatemi J-Irondoust saklı eşbütünleşme testi ve saklı hata düzeltme modelinin kullanılmasına olanak sağlamıştır.

Tablo 1. Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	ADF		KPSS	
	Sabitli	Sabitli-trendli	Sabitli	Sabit-Trendli
LNFDI	-0.040	-2.039	0,754	0.658
LNREN	-2.169	-1.485	0,856	0.714
Δ LNFDI	8.806***	-5.647***	0,425***	0.500***
Δ LNREN	-5.758***	-8.370***	0,132***	0.165***

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı ifade eder

Değişkenler birinci farkında durağan bulunmuş ve bu durum bileşenler arasında eşbütünleşmenin varlığını test edebilmek için Johansen eşbütünleşme testinin kullanımına imkân tanımıştır. Ayrıca uygun gecikme uzunluğunu tespit edebilmek için VAR analizi yapılmıştır. Değişkenler için AIC’e göre 1 bulunmuş ve Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Gecikme Uzunluğu Belirleme

Gecikme uzunluğu	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	NA	7.390516	7.675918	7.765704	7.706537
1	61.25828*	1.297325*	5.935138*	6.204496*	6.026997*
2	4.806550	1.395470	6.004689	6.453619	6.157787
3	4.271837	1.518851	6.081767	6.710269	6.296104
4	7.238244	1.458783	6.027532	6.835605	6.303108
5	1.830090	1.743198	6.183257	7.170902	6.520072

Not: *, optimal gecikme uzunluğunu gösterir.

Modele dâhil edilen doğrudan yabancı yatırımlar ve yenilenebilir enerji tüketimi değişkenleri arasında bir uzun dönem ilişkisinin var olup olmadığı Johansen eşbütünleşme testi ile sınımlanmaktadır. Ancak değişkenlerin pozitif ve negatif bileşenleriyle bir işlem yapabilmek için öncelikle seriler arasında bir eşbütünleşmenin olmaması gerekmektedir. Tablo 3’te sunulan Johansen eşbütünleşme testi ile sınımlanmış ve seriler arasında uzun dönemde herhangi bir eşbütünleşme ilişkisine rastlanmamıştır.

Tablo 3. Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları

	İz ist.	Max. öz değer ist.
R=1	8.964	8.455
R≤1	0.508	0.508

Tablo 4’de görüleceği üzere, yapılan birim kök analizinde serilerin + ve – bileşenlerinin birinci farkta durağan oldukları bulunmuştur. Bu sonuç söz konusu seriler arasında saklı bir eşbütünleşme analizi yapılmasına imkân tanımaktadır.

Tablo 4. Birinci Fark Durağanlık Sonuçları (+, - Bileşenler)

Değişkenler/Testler	ADF		KPSS	
	Sabitli	Sabitli-trendli		Sabitli-trendli
LNFDI+	0.619	-1.718	0.681	0.163
LNFDI-	1.199	-1.485	0.566	0.189
LNREN+	0.502	-2.667	0.737	1.167
LNREN-	0.623	-2.524	0.739	0.188
Δ LNFDI+	-4.907***	-5.223***	0.283***	0.107
Δ LNFDI-	-4.892***	-5.277***	0.484***	0.104
Δ LNREN+	-7.310***	-7.429***	0.284***	0.384
Δ LNREN-	-7.047***	-7.236***	0.230***	0.100

Not: *** % 1 düzeyinde anlamlılığı ifade eder

Bileşenlerine ayrıştırılan serilerin birim kök analizleri yapıldıktan sonra söz konusu seriler arasında Johansen eşbütünleşme testi kullanılarak bir eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı araştırıldığında bu teknik Hatemi J-Irandoust saklı eşbütünleşme testi olarak bilinir. Tablo 5’de yenilenebilir enerji tüketimi + serisi ile doğrudan yabancı yatırımlar + serisi arasında eşbütünleşme ilişkisi olmadığı için uzun dönem katsayıları ve nedensellik ilişkisi tahmin edilmemiştir. Bundan sonraki aşamalar yenilenebilir enerji tüketimi - serisi ile doğrudan yabancı yatırımlar - serisi ile devam edilecektir.

Tablo 5. Hatemi J- Irandoust Saklı Eşbütünleşme Analiz Sonuçları
(+ ve - Bileşenleri)

	İz istatistiği	Max. öz değer istatistiği
LNFDI+ LNREN+		
R=1	7.719	4.414
R≤1	2.505	2.505
LNFDI- LNREN-		
R=1	14.332*	12.318*
R≤1	2.013	2.013

Not: *% 10 düzeyinde anlamlılığı ifade eder

Türkiye ekonomi dikkate alınarak yapılan analizde serilerin - bileşenleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin tespit edilmesinden sonra söz konusu serilerin uzun dönem katsayıları FMOLS ve DOLS tahmin teknikleriyle tahmin edilmiştir. FMOLS ve DOLS sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

FMOLS yöntemi için bağımlı değişken doğrudan yabancı yatırımların – bileşeni ise yenilenebilir enerji tüketimi - serisi katsayısı 0.358 olarak bulunmuştur. Bu sebeple yenilenebilir enerji tüketimi – serisinde meydana gelebilecek %1’lik bir artış uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımların – serisinde %0,358 oranında bir artış sağlamaktadır.

DOLS yöntemi için bağımlı değişken doğrudan yabancı yatırımların – bileşeni ise yenilenebilir enerji tüketimi - serisi katsayısı 0.372 olarak tespit edilmiştir. Böylece yenilenebilir enerji tüketimi - serisinde oluşacak %1’lik bir artış doğrudan yabancı yatırımlar – serisinde %0,372 değerinde bir artış meydana gelmektedir.

Tablo 6. Uzun Dönem Katsayı Tahminleri

	İz istatistiği	Max. öz değer istatistiği
LNFDI+ LNREN+		
R=1	7.719	4.414
R≤1	2.505	2.505
LNFDI- LNREN-		
R=1	14.332*	12.318*
R≤1	2.013	2.013

Not: *% 10 düzeyinde anlamlılığı ifade eder

Ampirik analizde doğrudan yabancı yatırımlar - serisi ile yenilenebilir enerji tüketimi - serisi arasında uzun dönem ilişkisinin varlığı tespit edildiğinden dolayı nedensellik analizi olan saklı hata düzeltme modelinde de bu seriler dikkate alınmış, çıkan sonuçlar Tablo 7’de sunulmuştur. Bağımlı değişken doğrudan yabancı yatırımlar - serisi, bağımsız değişken ise yenilenebilir enerji tüketimi - serisi alındığında hata düzeltme katsayısı olan ECT -0.148, negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu durum yenilenebilir enerji tüketimi - serisinden doğrudan yabancı yatırımlar - serisine doğru uzun dönemli bir asimetrik nedenselliğin varlığını ortaya koymaktadır.

Tablo 7. Saklı Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları
(Bağımlı Değişken: LNFDI-)

Değişkenler	Kats.	Std. Hata	t-ist.	Olasılık
Sabit	-0.101596	0.054193	-1.874719	0.0700
ECT _{t-1}	-0.148777	0.077094	-1.929811	0.0425
Δ LNRENN _{t,3}	0.115317	0.053982	2.136198	0.0404

Bağımlı yenilenebilir enerji tüketimi - serisi değişkeni, bağımsız değişken doğrudan yabancı yatırımlar - serisi seçildiğinde kurulan saklı hata düzeltme modeli tahmin sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir. Bulgular neticesinde saklı hata düzeltme katsayısı ECT hesaplanamadığından dolayı söz konusu modele dahil edilen bileşenler arasında bir asimetrik nedenselliğin varlığı tespit edilememiştir.

Tablo 8. Saklı Hata Düzeltme Modeli Tahmin Sonuçları
(Bağımlı Değişken: LNREN-)

Değişkenler	Kats.	Std Hata	t-ist.	Olasılık
Sabit	-0.428653	0.166044	-2.581570	0.0161
LNFDIN _{t-4}	-0.769855	0.392961	-1.959113	0.0613
LNFDIN _{t-5}	2.206985	0.400145	5.515458	0.0000
ΔLNRENN _{t-8}	-0.320182	0.186339	-1.718277	0.0981

SONUÇ

Enerji kaynakları, sosyal kalkınma ve büyüme için oldukça önem arz etmektedir. Sanayi devrimiyle birlikte enerjiye olan talep artış göstermiş ve bu durum günümüzde hala devam etmektedir. Uzun yıllardır enerjiye duyulan ihtiyaç bir kısmı fosil yakıtlardan (kömür, petrol, doğal gaz) karşılanmaktadır. Günlük yaşamamızın her alanında yer alan bu fosil yakıtlar çok yoğun olarak her sektörde kullanılmaktadır. Sanayi devrimiyle yoğun olarak kullanılan kömür daha sonra petrol ve doğal gaz eklenerek kullanılmaya başlanmıştır. Ancak 1970 yılından sonra birinci ve ikinci petrol krizleri ile birlikte enerji arzında önemli aksamalar yaşanmıştır. Fosil yakıtların hem insan sağlığına hem de ekolojik çevreye verdiği zarardan dolayı çeşitli enerji politikaları geliştirilmiştir. Bu süreçle birlikte dünya yeni enerji kaynaklarına yönelmiştir. Devletler gelecekte enerji ihtiyaçlarını sürekli karşılamak için geleneksel enerji kaynaklarından yenilenebilir enerji kaynaklarına doğru bir eğilim göstermektedirler. Ancak çevre dostu olarak adlandırılan temiz enerji kaynakları ve sistemleri maliyetli olduğundan devlet destekli güçlü bir yatırım gerekmektedir. Her ülkenin karakteristik yapısı farklı olduğundan enerji kullanımı tercihlerinde farklılıklar olabilmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımların yenilenebilir enerji tüketimi üzerindeki etkisi 1990-2019 dönemini kapsayacak şekilde araştırılmıştır. Değişkenlerin ADF ve KPSS birim kök testleriyle durağanlık analizi yapılmış ve değişkenlerin birinci farkta durağan bulunmuştur. Johansen eşbütünleşme testi ile uzun dönem ilişkisi incelenmiş ve değişkenler arasında herhangi bir eşbütünleşme ilişkisi bulunamamıştır. Bu durum analizi bir sonraki aşama olan Hatemi-j & Iranooust saklı eşbütünleşme testine götürmektedir. Değişkenlerin bileşenleri olan pozitif ve negatif bileşenleri birinci farkta durağan bulunmuş, gerçekleştirilen saklı eşbütünleşme analizi sonucunda – bileşenler arasında eşbütünleşmenin varlığı ortaya çıkarılmıştır. Değişkenlerin uzun dönem katsayıları FMOLS ve

DOLS tahmincileri ile tahmin edilmiştir. FMOLS yöntemi için bağımlı değişken doğrudan yabancı yatırımların – bileşeni ise yenilenebilir enerji tüketimi - serisi katsayısı 0.358 olarak bulunmuştur. Bu sebeple yenilenebilir enerji tüketimi – serisinde meydana gelebilecek %1’lik bir artış uzun dönemde doğrudan yabancı yatırımların – serisinde %0,358 oranında bir artış sağlamaktadır. DOLS yöntemi için bağımlı değişken doğrudan yabancı yatırımların – bileşeni ise yenilenebilir enerji tüketimi - serisi katsayısı 0.372 olarak tespit edilmiştir. Böylece yenilenebilir enerji tüketimi - serisinde oluşacak %1’lik bir artış doğrudan yabancı yatırımlar – serisinde %0,372 değerinde bir artış meydana gelmektedir.

Daha sonra Hatemi J- Irandoust (saklı eşbütünlük) analiz sonuçlarına göre doğrudan yabancı yatırımlar – bileşeni ile yenilenebilir enerji tüketimi – bileşeni arasında uzun dönemde pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca takiben saklı hata düzeltme modeli ile bağımlı değişken doğrudan yabancı yatırımlar – bileşeni ve bağımsız değişken yenilenebilir enerji tüketimi – bileşeni olarak alındığında hata düzeltme katsayısı olan ECT -0.148 negatif, olasılık değeri 0,0425, %5 kritik düzeyde anlamlı bulunmuş ve seriler arasında asimetric nedenselliğin varlığı tespit edilmiştir. Ancak tersi durumda ECT katsayısı hesaplanmadığından herhangi bir asimetric nedenselliğe rastlanılmamıştır. Böylece yenilenebilir enerji tüketimi – serisinden doğrudan yabancı yatırımlar – serisine doğru bir tek taraflı bir asimetric nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Yenilenebilir enerji sistemlerinin hazırlanması ve kurulması uzun yıllar alacağı gibi uzun dönemde ülke enerjisi için temel şart taşımaktadır. Türkiye coğrafi konum itibariyle yenilenebilir enerji kaynaklarından faydalanma oranı yüksektir bu yüzden vakit kaybetmeden gerekli yatırımları yapmalıdır. Gelişmiş Avrupa ülkelerinde yenilenebilir enerji sistemlerinde sürekli bir artış içinde olup bu gelişmiş sistemleri ülke olarak örnek alınması gerekmektedir. Böylece Türkiye geleneksel enerji kaynaklarının ithalatının azaltılması hususunda yeni enerji politikaları geliştirilmelidir. Genç bir nüfus kitlesine sahip olan Türkiye iç piyasada enerji tüketimi fazla olmakla birlikte gün geçtikçe dışarıya daha bağımlı hale gelmektedir. Yenilenebilir enerji sistemini yaygınlaştırılması geleneksel enerji kaynaklarına bağımlılığı azaltacaktır. Uzun vadede istikrarlı bir büyüme gerçekleşebilir. Türkiye yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapması konusunda ciddi, tutarlı ve gerçekçi politikalar izlemelidir. Ayrıca Avrupa’nın yenilenebilir enerji sistemlerini ve gelişimini iyi analiz etmeli ve çeşitli teşviklerle yabancı yatırımları destekleyerek yeni teknoloji sistemlerini ülkeye çekmelidir.

KAYNAKÇA

Aliyu, M. A. (2005). Foreign Direct Investment And The Environment: Pollution Haven Hypothesis Revisited. Eight Annual Conference On Global Economic Analysis, 9-11.

Arı, A. (2021). Yenilenebilir Enerji Ve Doğrudan Yabancı Yatırımlar: Türkiye Örneği. *KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 23 (40), 122-131.

Asumadu-Sarkodie, S. & Owusu, P.A. (2016). Carbon Dioxide Emission, Electricity Consumption, Industrialization, And Economic Growth Nexus: The Beninese Case. *Energy Sources, Economics, Planning, And Policy*, 11(11), 1089–1096.

Benli, M.(2020). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Karbon Emisyonu Ve İktisadi Büyüme: Veriye Dayalı Bir Analiz. *Uluslararası Ekonomi Ve Yenilik Dergisi*, 6 (1), 35-59

Borensztein, E., Gregorio, J. D., & Lee, J. W. (1998). How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?. *Journal Of International Economics*, 45, 115–135.

Dickey, D.A. & Fuller, W.A. (1979). Distribution Of The Estimators For Autoregressive Time Series With A Unit Root. *Econometrica*, 74, 427-431.

Ergun, S. J., Owusu, P. A. & Rivas, M. F. (2019). Determinants Of Renewable Energy Consumption In Africa. *Environmental Science And Pollution Research*, 26, 15390–15405.

Fan, W., & Hao, Y. (2019). An Empirical Research On The Relationship Amongst Renewable Energy Consumption, Economic Growth And Foreign Direct Investment In China. *Renewable Energy*. 146, 598-609.

Grabara, J., Tleppayev, A., Dabylova, M., Mihardjo, L.W.W. & Dacko-Pikiwicz, Z.(2021). Empirical Research On The Relationship Amongst Renewable Energy Consumption, Economic Growth And Foreign Direct Investment In Kazakhstan And Uzbekistan. *Energies*, 14, 1-18.

Granger, C. W. J and Yoon, G. (2002), Hidden cointegration, Department of Economics Working Paper, University of California, San Diego.

Granger, C.W.J. (1969). Investigating Causal Relations By Econometric Models And Cross-Spectral Methods, *Econometrica*, 37, 424-438.

Gülmez, A. (2015). OECD Ülkelerinde Ekonomik Büyüme Ve Hava Kirliliği İlişkisi: Panel Veri Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9, 18-30

Hagert, M. & Marton, C. (2017). The Effects Of FDI On Renewable Energy Consumption: A Study Of The Effects Of Foreign Investments In Middle-Income Countries. Lund University, School of Economics and Management. <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=8912090&fileId=8912094>

Hatemi-J, A. and Irandoust, M. (2012). Asymmetric interaction between government spending and terms of trade volatility. *Journal of Economic Studies*, 39(3), 368-378.

Hepsağ, A. (2009). Finansal Liberalizasyon Politikalarının Geçerliliğinin McKinon Tamamlayıcılık Hipotezi Çerçevesinde Sınanması: Türkiye Örneği, *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 1(3), 63-80.

Irffi, G., Castelar, I., Siqueira, M. & Linhares, F. (2006). Dynamic OLS And Regime Switching Models To Forecast The Demand For Electricity In The Northeast Of Brazil, FGV EPGE, <http://epge.fgv.br/finrio/myreview/FILES/CR2/p44.pdf> (12/05/2014).

Khan, Z., Malik, M.Y., Latif, K. & Jiao, Z. (2020). Heterogeneous Effect Of Eco-Innovation And Human Capital On Renewable & Non-Renewable Energy Consumption: Disaggregate Analysis For G-7 Countries. *Energy*, 209, 1- 13.

Kutan, Ali vd. (2018). Financing Renewable Energy Projects In Major Emerging Market Economies: Evidence In The Perspective Of Sustainable Economic Development. *Emerging Markets Finance And Trade*, 54(8), 1761-1777.

Lee, J. W. (2013). The Contribution Of Foreign Direct Investment To Clean Energy Use, Carbon Emissions And Economic Growth. *Energ Policy*, 55, 483-489.

Mert, M. & Bölük, G. (2016). Do Foreign Direct Investment And Renewable Energy Consumption Affect The CO2 Emissions? New Evidence From A Panel ARDL Approach To Kyoto Annex Countries. *Environmental Science And Pollution Research*.23(21), 69-81.

Nguyen, K.H. & Kakinaka, M., (2019). Renewable Energy Consumption, Carbon Emissions, And Development Stages: Some Evidence From Panel Cointegration Analysis. *Renew Energy* 132, 1049-1057.

Phillips, P.C. & Hansen, B.E. (1990). Statistical Inference In Instrumental Variables Regression With I (1) Processes. *The Review Of Economic Studies*, 57, 99-125.

Phillips, P.C.B & Perron, P. (1988). Testing For A Unit Root In Time Series Regression. *Biometrika*, 75(2), 335 346.

Polat, M. A. (2015). Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları İle CO2 Emisyonu Arasındaki İlişkinin Yapısal Kırılmalı Testler İle Analizi. *Journal Of International Social Research*, 8(41), 1127- 1135.

Sbia R, Shahbaz M., & Hamdi, H. (2014) A Contribution Of Foreign Direct Investment, Clean Energy, Trade Openness, Carbon Emissions And Economic Growth To Energy Demand In UAE. *Economic Model* 36, 191–197.

Shahbaz, M., Balsalobre-Lorente, D. & Sinha, A. (2019). Foreign Direct Investment-CO2 Emissions Nexus In Middle East And North African Countries: Importance Of Biomass Energy Consumption. *Journal Of Cleaner Production*, 217, 603-614

Stock, J. H. & Watson, M. W. (1993). A Simple Estimator Of Cointegration Vectors In Higher Order Integrated Systems, *Econometrica*, 61, 783-820.

Tafti, M. A. D. & Mottaghtalab, A. (2017). Renewable Energy Consumption And Its Impact On Economic Growth Of Opec Members. *International Journal Of Chemoinformatics And Chemical Engineering*, 6(1), 39–47.

Tang, C. F. & Tan, B. W. (2015). The Impact Of Energy Consumption, Income And Foreign Direct Investment On Carbon Dioxide Emissions In Vietnam. *Energy*, 79, 447-454.

Ur-Rahman, Z., Chongbo, W. & Ahmad, M. (2019). An Symmetric Analysis Of The Pollution Haven Hypothesis In The Context Of Pakistan: A Non-Linear Approach. *Carbon Management*, 10(3), 227-239.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

YAZAR KILAVUZU

Yayın İlkeleri

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisinde (İAÜD); uygulamalı iletişim, iletişim bilimleri, medya çalışmaları, yeni medya, dijital kültür, reklamcılık, halkla ilişkiler, eğitim bilimleri, uzaktan eğitim, görsel iletişim tasarımı, radyo, televizyon, sinema, sosyoloji ve buna yakın sosyal bilimlerdeki ilgili alanlarında bilimsel çalışmalar kapsamında eserler yayınlanmaktadır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi senede 4 defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Orijinal teorik ve/veya deneysel çalışma ve sabit referans değerleri ile ilgili öğretici açıklamanın bulunduğu makaleler kabul edilir.

İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi yayın kurulu, uluslararası uzmanların değerlendirmesiyle makalelerin kabul edilmesi veya edilmemesinde yetkilidir.

GENEL KURALLAR

1. Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir.
2. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, metin içerisinde belirtilmelidir.
3. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dahil maksimum **12.000** kelime olmalıdır.
4. Makaleler **APA referans sistemine (APA 6.0)** göre düzenlenmelidir. Lütfen metin içinde verilen referansların kaynakçada olmasına özen gösteriniz.
5. Dergimiz için editör kurulunca belirlenen intihal oranı üst sınırı **yüzde 20**'dir. İntihal tespit programındaki filtreleme seçenekleri şu şekilde ayarlanır: -Kaynakça hariç (Bibliography excluded) -Alıntılar hariç (Quotes excluded) -5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) -Program menüsünde bulunan diğer filtreleme seçenekleri raporlamaya dâhil edilmez.

Yazım Kuralları

• Sayfa Düzeni

Üst 3,5 cm, alt 2,5 cm, sol kenar 2,5 cm, sağ 2 cm boşluk bırakılacak şekilde tüm metin alanı 170 mm X 240 mm şeklinde olmalıdır.

• Yazı Türü

Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe “Öz” İngilizce “Abstract” bölümleri 11 punto, ana metin 11 punto, yararlanılan kaynaklar bölümü ise 1 punto olmalı; metin, Türkçe-İngilizce özet ve yararlanılan kaynaklar iki yöne yaslı olarak hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı kullanılarak yazılmalı, paragraflar arası 1 satır boşluk bırakılmalıdır.

• Başlıklar

Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

• Ana Başlık

Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 14 punto şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Yazar ismi, kısaltmaları, yazar ORCID numarası ve e-posta adresleri başlıktan sonra iki satır boşluk bırakacak şekilde yazılmalı ve yazar ismi küçük, soyadı büyük olacak şekilde 11 punto yazı karakterinde yazılmalıdır.

• Öz

300 kelimeyi geçmemeli ve “ÖZ” kalın, 11 punto olmalı, özet metni 11 punto olarak tüm metin Times New Roman yazı stilinde iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Anahtar kelimeler italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ÖZ”de makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

• Abstract

Abstract ana başlık türkçe anahtar kelimelerden sonra iki satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 11 punto, iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. 300 kelimeyi geçmemeli ve “ABSTRACT” kalın, 11 punto olmalı; tüm metin Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Abstract'taki anahtar kelimeler (keywords) italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin(keywords) ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ABSTRACT”ta makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

should be in 11 pt, main text should be 10 pt. Text, Turkish-English abstract and the sources used should be justify. Text should be written using single line spacing, 1 line spacing between paragraphs should be left.

- **Headlines**

The manuscript should be composed of main headings and sub-headings.

- **Main Title**

Times New Roman character, using capital letters, bold and must be in Microsoft Word format in 14-pt format. Author name, abbreviations, author ORCID number and e-mail addresses should be written with two lines of space after the title and the name of the author should be written in 11 pt font size.

- **Abstract**

The text should be written in 11-pt font in Times New Roman font style and in a single paragraph in Microsoft Word format. Must not exceed 300 words and should be bold, 11 pt. Keywords should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract (ÖZ), subject of the article, research method and result should be given.

- **Abstract Title**

Abstract title should be written with two lines of space after Turkish keywords. Times New Roman should be in bold, 11 pt, justified, and in single word Microsoft Word format using capital letters. Should not exceed 600 words and abstract should be bold, 11 pt. and all text should be written in Microsoft Word format in Times New Roman style. Keywords in abstract should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract, subject of the article, research method and result should be given.

- **Sections**

Section subtitles (INTRODUCTION, CONCEPTUAL FRAME, LITERATURE SCANNING, RESEARCH METHODOLOGY, FINDINGS, CONCLUSION, etc), which are formed according to the content of the article, should be all uppercase, 11 pt and bold, and they should be typed without numbering.

- **Main Text**

Subtitles should be written in 11 pt, bold and capital letters and the text should be in 11 pt., Times New Roman style in Microsoft Word format. Articles should be

written in a single column, justified, and in a single space between paragraphs. The subtitle of the first section should start with a line space after the keywords and there should be no spaces in the following paragraphs. Article length must not exceed 20 pages with shapes and figures

- **Tables, Figures, Graphics and Pictures**

If the tables, figures, graphics and pictures used in the text are not originally created by the author (s), they can be used in the text by showing “source”. Tables, figures, graphics and pictures should be placed to fit the text and the headings should be written in 11 font size and centered. Tables and graphs used in the text should be listed as Table 1., Table 2. / Chart 1., Chart 2. etc. and so on. Table numbers and titles should be written before the table. Figures, graphics and pictures of the numbers and the headers (figure, graphic and picture) then the bottom of the Figure 1., Figure 2. / Picture 1., Picture 2. etc. should be written as ordered. The first letters of the words used in the tables, figures, graphics and image titles should be initials large and the others are small.

- **Conclusion**

The title should be written in bold, 11 pt, capital letters and text in 11 pt. Times New Roman style in Microsoft Word format.

- **In-article Reference Representation**

Reference within the article should be arranged in accordance with the APA rules.

See the APA reference guidelines: <https://www.citfast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Reference to single authored sources: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

Reference to sources with two authors: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

When reference is made to sources with five authors for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

When reference is made to sources with five authors for a second time or more: (Atılğan vd., 2015: 28)

When references to resources with more than five authors are made for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım....Işık, 2015: 28)

Reference to sources with more than five authors for the second time or more times: (Atılğan vd., 2015: 28)

When reference is made from the Internet: (Mills, 2012)

• Bibliography

Reference within the article should be arranged in accordance with the APA rules. See the APA reference guidelines: <https://www.citfast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Bibliography title 11 points, bold; References should be written alphabetically, without numbers, as shown below. It should also be the title of the work (reference source). Electronic sources should be separated.

Single Author Book

Tuncer, D. (1992). *Dağıtım Kanalları Sistemi*. Ankara: Gazi Yayınları.

Two Authors Book

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). *Ölçekleme Teknikleri*. Ankara: ÖSYM Yayınları.

Edited Book

Theberge, J. (Ed.). (1968). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

Translation Book

Morgan, L.H. (2015). *Eski Toplum*. (Oskay, Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Part of Book

Ünlüer, A.O. (1988). Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu. Demiray, U. (Ed.). *Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman*. (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Published Magazine

Engin, B. H. (2016). Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi. *Öneri Dergisi*. 12 (46): 277-294.

Published Journal

Kumcu, E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. *Hürriyet Gazetesi*. s.9.

Dissertation

Algül, N. (2006). *Sanat Tarihinde Mahmut Akok*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Web Page

(URL-1) <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Report

Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu*. (TÜSIAD-T/2018,10-600).

**ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY JOURNAL OF
SOCIAL SCIENCES**

Publication Coordinator, Assoc. Prof. Dr. Nur Emine KOÇ

Articles are accepted only through Dergipark.

İstanbul Aydın University, Communications Faculty,

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38

Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428 /43705

Web: <http://iaud.aydin.edu.tr>

E-mail: iaud@aydin.edu.tr