

## MUHASEBE BİLİM DALINDA BİLGİ İLETİŞİMİ VE TÜRKİYE YAYIN PROFİLİNE BİR BAKIŞ

**N. Ata ATABEY\***

**Mustafa AY\*\***

### Özet

Günümüzde küreselleşme çerçevesinde ekonomik ve sosyal alanda yaşanan gelişmelerin yansımaları, muhasebe bilim dalında da bilgi üretiminin artmasına yol açmıştır. Bu gelişme muhasebe alanında bilgi iletişimi konusunda çalışma gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmayla muhasebe bilim dalında bilgi iletişiminin yapısı ve iletişim imkanlarının bir değerlendirmesinin yapılması amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Muhasebe, bilgi iletişimi, bilimsel yayın

### Abstract

In the context of globalization, economic and social developments have resulted in the increase of knowledge development in the field of accounting science. This development necessities improving knowledge communication in the area of accounting. From this point of view, the aim of this study is to evaluate the current situation of knowledge communication in the field of accounting science.

**Key Words:** Accounting, knowledge communication, scientific publication

### 1. Giriş

Dünyada hızla gelişen teknolojiden çıkarılacak en önemli mesajlardan biri, toplumsal gelişmenin anahtarının bilim ve bilimsel üretkenlik olduğudur.

Bilimin üstünlüğüne ve onun gücüne inanan ve kavrayan toplumların, kalkınmanın anahtarı olarak, bilimi ve bilimsel araştırmayı temel aldıkları görülür. Bilimsel araştırmaya dayalı teknolojik gelişmenin yansımaları ise, sanayileşmiş ve gelişmiş toplumları ortaya çıkarır. Günümüzde bilimin, teknoloji ve sanayi işbirliğinde geçen bir eksen

---

\* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

\*\* Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

üzerinde, sermaye ve kas gücünün önüne geçtiği söylenebilir. Diğer bir ifade ile günümüzde, beyin gücü kas gücüne daha fazla egemen olmaktadır. Beyin gücünün kas gücüne egemenliğinin en somut göstergesi, bilimsel ürünlerdir. Bilimsel araştırma ve geliştirmelerle üretilen bilimsel ürünler; kitap, bilim dergileri, sempozyum, kongre, kolleqium, panel vbg. araçlarla pazara sunulurlar.

Bu bağlamda, muhasebe bilim dalında, bilgi iletişimi; üretkenlik; bilgiye erişim kanalları; yerli ve yabancı yayın imkanları göz önünde bulundurularak muhasebe bilim dalında Türkiye yayın profilinin bir değerlendirmesi yapılmıştır.

## 2. Muhasebe Bilgi İletişimi

Günümüzün en çok kullanılan kavramlarından biri olan iletişim Latince kökenli “communication”ın karşılığıdır (Zıllıoğlu, 1993: 3). İletişim en yalın anlamıyla, düşünceleri belli simgelerle anlatan bir verici ile bu simgeleri çözümlenip algılayan bir alıcıyı gerekli kılar (Sabuncuoğlu, 1996: 26). Buna göre kavram olarak iletişim için aşağıdaki tanımlamalar yapılabilir:

- İletişim, anlamların karşılıklı paylaşımıdır (Gökçe, 1993: 22).
- İletişim, iletilmek istenen materyalin, ilgili herkes tarafından tamamen anlaşılabilmesi amacıyla bilgi, kanaat ya da düşüncenin; yazı, konuşma ve görsel araçlarla veya bunların bir arada kullanımıyla iletilmesi, alınması veya değiştirilmesidir (Sillars, 1995: 1).
- İletişim, bilgi ve düşüncelerin, herkesçe aynı biçimde ve aynı değerde anlaşılır duruma getirilmesi, paylaşılması ve karşılıklı etkinin sağlanmasıdır (Budak – Budak, 1995: 54).
- İletişim, temel amaç ve işlevleri itibarıyla bir insan ilişkisi sistemi olduğu için; insanlar arasında ileti alışverişiyle sağlanan bir ortaklık yaratılmasıdır. Özetle, iletişim bilginin ya da en genel anlamıyla kültürün, insanlar arasında değiş tokuş edilerek paylaşılması olgusudur (Oktay, 1996: 15).

Bütün bu tanımlara göre iletişimi en geniş anlamıyla, üretilen bilginin anlam ve kapsam bakımından en az kayıpla hedefe ulaşması ve hedefte bulunanlar tarafından kastedildiği şekilde yani gönderenin yüklediği anlam doğrultusunda algılanıp yorumlanmasıdır.

Bu anlamıyla ele alındığında muhasebe bilim dalında daha önce üretilmiş bilgilerin göz önünde bulundurularak hem teori hem de uygulamayla ilgili yeni üretilen muhasebe bilgilerinin kitap, dergi, sempozyum, kongre, kolleqium, panel vbg. araçlarla bu bilgileri üretenlerin kastettiği şekilde kullanıcılarına ulaştırılması süreci muhasebe bilgi iletişimi olarak tanımlanabilir.

### **3. Muhasebe Bilgilerinde Değişim Ve Bilgilerin Yayınlanma Gereği**

Dünyada son çeyrek asırdır gerçekleşmekte olan değişim, birçok bilim alanında olduğu gibi muhasebe biliminde de etkisini göstererek yeni gelişmelere neden olmaktadır. Hatta bir yandan ekonomik hayatta meydana gelen globalleşme diğer yandan sosyolojik anlamda insan ihtiyaçlarının farklılaşması, karşı karşıya kalınan mali nitelikli olayların kapsamını ve niteliğini değiştirerek sayısının da artması sonucunu doğurmuştur (Leung, 1988: 179).

Daha spesifik olarak bakıldığında dünyada, mal, hizmet, finans piyasalarının globalleşmesi ve gün geçtikçe kuvvetlenen çok uluslu şirketlerin, farklı ülkelerdeki muhasebe uygulamalarını kendi yapılarında uyumlaştırma gereksinimi, muhasebe bilgilerinin önemini ve bu bilgilerin nitelik ve niceliğini de artırmış bulunmaktadır (Blake – Amat – Govthorpe – Pilkinton, 1998: 3). Böyle bir ortamda üretilen muhasebe bilgilerinin kullanıcılarına ulaştırılmasının önemi artmaktadır.

Diğer yandan bilim felsefesi açısından bakıldığında üretilen bilgilerin yayınlanması gerekir. Hatta bilimsel araştırmanın amacı yayındır (Day, 2000: XV). Bilimsel bir araştırmanın sonuçları ne kadar mükemmel olursa olsun, bu sonuçlar yayınlanıncaya kadar tamamlanmamış sayılır. Çünkü yeni bilgiler sadece bu şekilde gerçeklik kazanır ve mevcut veri tabanına eklenerek bilimsel bilgi adını alır (Hall, 1998: 1).

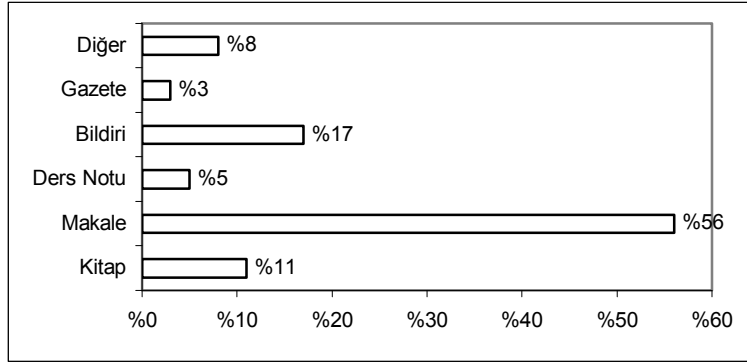
### **4. Muhasebe Bilim Dalında Türkiye Yayın Profilinin Bir Değerlendirmesi**

Bu çalışmada muhasebe iletişimi açısından Türkiye yayın profili araştırılarak bir değerlendirme yapılmıştır. Araştırma alanı Türkiye üniversiteleri kabul edilerek Muhasebe – Finansman ABD’da çalışan öğretim elemanlarında sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplar grafiklenerek değerlendirilmiştir.

Gerçekleştirilen inceleme sonucunda ankete katılan öğretim elemanlarının görev yaptığı üniversiteler belirlenerek; Türkiye genelinde 28 ayrı üniversiteden 79 adet öğretim elemanının katılımı sağlanmıştır.

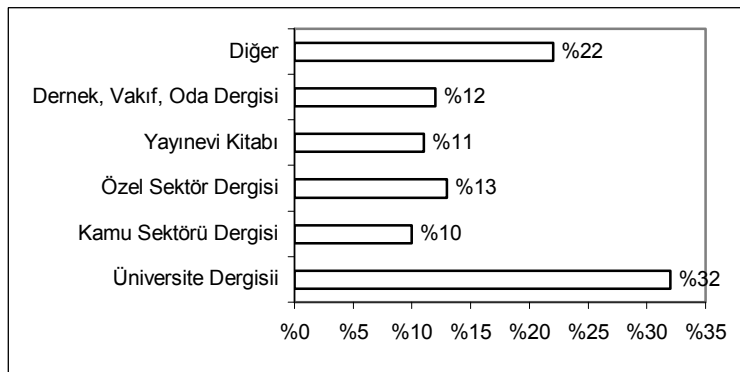
Ankete katılan 79 öğretim elemanının %46'sını araştırma görevlileri oluşturmakta ve sıralama yaptığımızda %25 ile yardımcı doçentlerin ikinci büyük katılıma sahip oldukları görülmektedir.

Ayrıca ankete katılan öğretim elemanlarından 50'sinin yayın yaptığını ve 29'unun yayın yapmadığı saptanmıştır. Yayın yapan 50 öğretim elemanının toplam yayın sayısı 659 olup yayın yapanların büyük çoğunluğunu profesörler oluşturmuştur.



**Grafik-1 Yayın Türü**

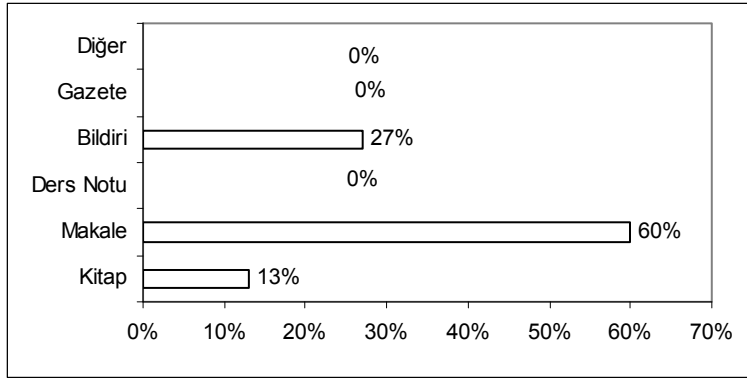
Grafik-1'e göre yayınların büyük çoğunluğunu makaleler oluşturmaktadır. Yayını olan 50 öğretim elemanın toplam 371 adet makalesi olduğu saptanmıştır. İkinci büyük yayın türü ise %17'lik oranla bildirilerdir.



**Grafik-2 Yayın Yeri**

Grafik-2’de yayınların %32’lik bölümünün üniversite bünyesinde çıkarılan dergilerde yer aldığı görülmektedir. 208 adet yayımla üniversite dergileri birinci sıradadır. Kamu sektörü, özel sektör, yayınevi ve dernek, vakıf, oda dergiler 1 veya 2 puanlık farklarla aynı seviyede tercih edilen yayın yerleri olarak saptanmıştır.

Öğretim elemanlarının yabancı ülkelerde yaptığı yayınların tüm yayımlara oranı %9,4 olarak gerçekleşmiştir. Bunların türleri aşağıda Grafik-3’de görülmektedir.

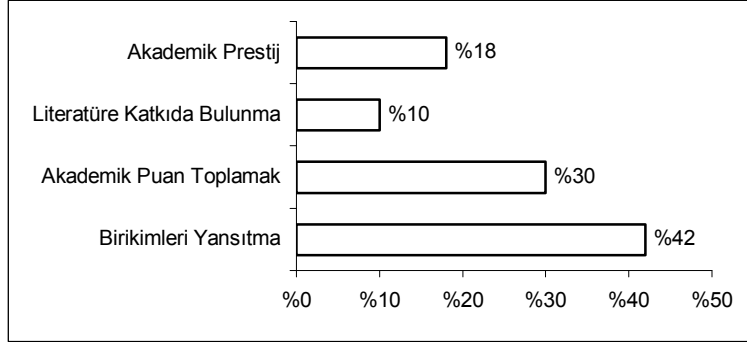


**Grafik-3 Yabancı Yayın Türü**

Grafik-3 incelendiğinde yayımlanan 62 yurtdışı yayın arasında türüne göre ilk sırayı, 37 adet ve %60’lık oranla makalelerin oluşturduğu anlaşılmaktadır. Yurtdışında sunulan bildiriler 17 adet ve %27’lik oranla ikinci sırada yer almaktadır.

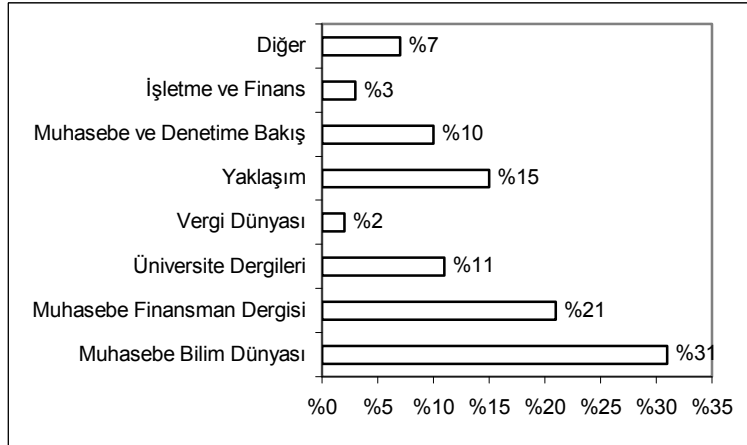
Yurt dışı yayınların büyük bir kısmı özel sektör dergilerinde yapılmaktadır. Bu sonuç yurt dışında yapılan yayınların daha çok özel sektör dergileri tarafından yapıldığını göstermektedir (Prather – Reueschhoff, 1996: 1-16). Ülkemizde ise bilimsel yayınlar genellikle üniversite dergilerinde yapılmaktadır.

Yapılan yurt dışı yayınlardan 11 tanesi SSCI’de yer almaktadır. Oran olarak ifade edildiğinde toplam yabancı yayınlara oranı %17,7’dir.



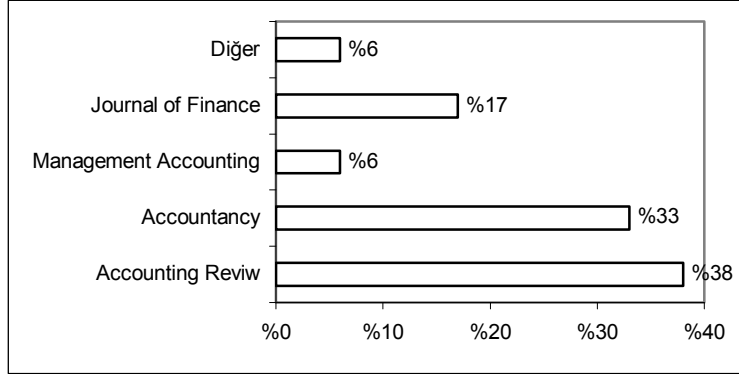
**Grafik-4 Yayın Yapmaya İten Etkenler**

Grafik-4'e göre yayın yapan öğretim elemanlarının %42'lik kısmı birikimlerini yansıtmanın en önemli yayın sebebi olduğu görüşünü belirtmişlerdir. Öğretim elemanlarını yayın yapmaya iten etkenlerde ikinci sırayı % 30'luk oranla akademik puan toplama oluşturmaktadır. Akademik prestij sağlamak için yayın yapan eğitim elemanlarının oranı ise %18'dir. Akademik yayın yapmada önem derecesi en düşük etkenin ise %10'luk oranıyla literatüre katkıda bulunmak olduğu saptanmıştır.



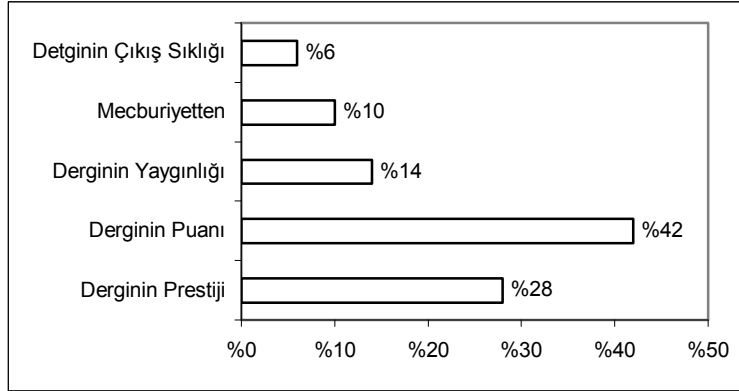
**Grafik-5 Yerli Yayın Tercihleri**

Grafik-5'de ankete katılan öğretim elemanlarının yayın yapmak üzere kendilerinin belirledikleri dergilerin başında %31'lik oranla Muhasebe ve Bilim Dünyası, %21'le Muhasebe Finansman Dergisi gelmektedir.



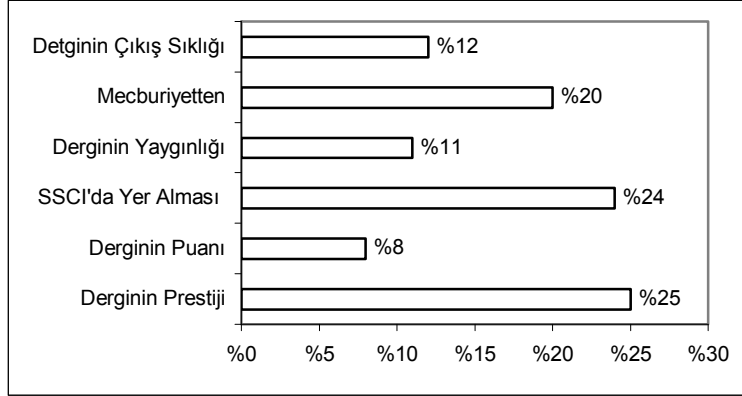
**Grafik-6 Yabancı Yayın Tercihleri**

Grafik-6 incelendiğinde ankete katılan öğretim elemanlarının araştırmalarını yayınlamak için yabancı dergiler arasında %38'lik oranla Accounting Review, %33'lük oranla Accountancy ve %17'lik oranla Journal of Finance dergisini seçtikleri görülmektedir.



**Grafik-7 Yerli Dergi Tercih Nedenleri**

Grafik-7'ye göre öğretim elemanları yayınlanmasını istedikleri çalışmalarını yerli dergilere gönderirken %42'lik oranla derginin puanını öncelikle dikkate almaktadır. İkinci tercih sebebi ise %28'lik oranla derginin prestijidir.



**Grafik-8 Yabancı Dergi Tercih Nedenleri**

Grafik-8'de öğretim elemanlarının yabancı dergi tercih nedenleri belirlenmiştir. Burada öğretim elemanlarının yabancı dergi tercihlerinde genellikle birbirine yakın oranlar saptanmıştır. Öyle ki derginin prestiji %25'lik oranla ilk tercih sebebi iken, ikinci tercih sebebi %24'lük oranla derginin SSCI'da yer almasıdır. Öğretim elemanlarının mecburiyetten yaptıkları tercihler ise %20'lik oranla üçüncü sırada yer almaktadır.

### 5. Sonuç Ve Değerlendirme

Son yıllarda bilhassa iletişim araçlarında meydana gelen teknolojik gelişmeler insanların bilgi ihtiyacını da artırmış bulunmaktadır. Öğretim düzeyleri ne olursa olsun bu iletişim araçları ile sağlanan eğitim, insanların bilgi ihtiyacını, bilgi çeşidi ve bilgi kalitesini önemli oranda etkileyerek bilgi talebini artırmıştır. Ancak böyle bir artış bilgi arzı ile talebi arasındaki süreçte yeni bir takım sorunların doğmasına neden olarak bunların da incelenmesi ihtiyacını doğurmuştur.

Bu araştırmada muhasebe bilgilerinin arzedenlerle kullanıcıları arasındaki muhasebe bilgi iletişim sürecinde bilhassa potansiyel bilgi üreticilerinin bir kısım davranış ve tercihleri saptanmıştır. Buna göre muhasebe bilgi iletişiminde öğretim elemanlarının yayın türü, yayın yeri, yabancı yayın türü, yabancı yayın tercihleri öğretim elemanlarını yayın yapmaya iten etkenler, yerli yayın tercihleri, yerli dergi tercih nedenleri, yabancı yayın tercih nedenleri gibi eğilimleri anket yöntemi kullanarak saptanmıştır.

Araştırmada öğretim elemanlarının toplam yayınlarının %56'sını makalelerin oluşturduğu buna karşılık ders notlarının %5'lik düzeyde



olduğu tespit edilmiştir. Buradan üretilen yani muhasebe bilgileri için öğrencilerin doğrudan hedef kitle olarak seçilmediği sonucu çıkarılabilir.

Muhasebe öğretim elemanları yayın yeri olarak öncelikle üniversite dergilerini tercih etmişlerdir. Muhasebe bilim dalında yapılan yabancı yayınların %60'lık kısmı makale olarak hazırlanmıştır. Çalışmalarını yayınlamak için öğretim elemanlarının %38'i Accounting Review, %33'ü Accountancy, %17'si Journal of Finance, %6'sı Management Accounting dergisini tercih etmektedir.

Muhasebe öğretim elemanları çalışmalarını gönderdikleri yerli dergileri seçerken dergi puanını, yabancı dergileri seçerken SSCI'da yer alması ve popülaritesini dikkate almaktadır.

### **Kaynakça**

Blake, J.; Amat, O.; Govthorpe, C.; Pilkinton, C. (1998); "International Accounting Harmonisation – A Comparison of Spain, Sweden and Austria", **European Business Review**, Vol:3, ss. 1 – 16.

Budak, Gönül; Budak, Gülay (1995); **Halkla İlişkiler**, Beta Basım Yayım, İstanbul.

**Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi** (1986); Cilt:13, Milliyet Gazetecilik A.Ş., İstanbul.

Day, Robert A. (2000); **Bilimsel Bir Makale Nasıl Yazılır ve Yayımlanır**, (Çev: Gülay Aşkar Altay), 5. Baskı, TÜBİTAK Matbaası, Ankara.

Demir, Ramazan (1996); **Üniversitelerin Bugünü ve Yarını**, 2.Baskı, Palme Yayıncılık, Ankara.

Erdoğan, Muammer (1991); **Muhasebe ve Finansman Bibliyografyası**, Dicle Üniversitesi Yayını: 3, Diyarbakır.

Gökçe, Orhan (1993); **İletişim ve Kitle İletişim Bilimlerine Giriş**, Konya.

Hall, George M. (1998); **Bilimsel Makale Yazımı**, (Çev: Hasan Doğruyol), Nobel Tıp Kitabevi, İstanbul.

Köksoy, Mümin (1997); **Yükseköğretimde Kalite ve Türk Yükseköğretimi İçin Öneriler**, Hacettepe Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Vakfı Yayınları, Yayın No: 1, Ankara.

Köksoy, Mümin (2000); **Yabancı Dille Eğitim**, Bilgi Yayınları, Ankara.

Leung, V.L. (1988); “An Institutional Analysis of Authorship in the International Journal of Accounting Education and Research”, **The International Journal of Accounting Education and Research**, Spring, ss. 179 – 187.

Merih, Zıllıoğlu (1993); **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, İstanbul.

Mohr, R.M. (1983); “The Segmental Repeating Issue: A Review of Empirical Research”, **Journal of Accounting Literature**, ss. 39 – 71.

Oktaç, Mahmut (1996); **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim, Yöntem ve Araçları**, Der Yayın., İstanbul.

Özsoy, Yahya (1990); **Türk Dili II.**, Açıköğretim Fakültesi Yay., No: 112, Eskişehir.

Prather, Jenice; Norlin Reueschhoff (1996); “An Analysis of International Accounting Research in U.S. Academic Accounting Journals, 1980 through 1993”, **Accounting Horizons**, Vol: 10, Issue: 1, Sarasota, ss. 1 – 17.

Sabuncuoğlu, Zeyyat (1996); **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, 3.Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Schauder, D. (1994); “Elektronik Publishing of Professional Articles: Attitudes of Academics and Implications for the Scholarly Communication Industry”, **Journal of the American Society for Information Science**, Vol: 45(1), ss. 68 – 83.

Stuart, Sillars (1995); **İletişim**, MEB Yayınları: 2916, Ankara.

Tonta, Yaşar (1997); **Elektronik Yayıncılık, Bilimsel İletişim ve Kütüphaneler**, Türk Kütüphaneciliği, No: 11(4).

Wen, H. Joseph; Asokan Anandaraajan (1998); “Intranet: a Cost Reduction Tool for Corporate Publication”, **Industrial Management and Data Systems**, Vol: 98(5), ss. 200 – 232.