

POLİTİK İSTİKRARSIZLIĞIN HÜKÜM SÜRDÜĞÜ BİR EKONOMİDE REEL DÖVİZ KURUNUN STOKASTİK DAVRANIŞI: TÜRKİYE ÜZERİNE AMPİRİK BULGULAR, 1971-2002

Nasip BOLATOĞLU*

Öz

Çalışmada Bayesyen Gibbs örnekleme yönteminin içerildiği bir Markov dönüşüm modeli kullanılarak, Türkiye ekonomisi için reel döviz kurunun stokastik davranışı analiz edilmektedir. Kullanılan yöntem modelin gerek parametrelerinde gerekse de varyansında rejim değişikliği niteliklerinin yakalanmasına olanak sağlamaktadır. Ampirik çalışmanın bulguları, reel döviz kurunun düşük değişkenlik rejimlerinde durağan, yüksek değişkenlik rejimlerinde ise durağan olmayan bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, sık hükümet değişiklikleri sonucunda oluşan politik istikrarsızlığın, satın alma gücü paritesinde önemli sapmalara neden olduğu ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Reel döviz kuru, Markov dönüşüm, Gibbs örnekleme.

Abstract

Stochastic Behaviour of the Real Exchange Rate in a Politically Unstable Economy: Empirical Evidence from Turkey, 1971-2002

Stochastic behaviour of the real exchange rate for Turkey is examined by using a Markov-switching model incorporating Bayesian Gibbs sampling method. The methodology used allows to capture the regime switching properties both in the parameters and the variance of the model. The results indicate that the real exchange rate is stationary during the low volatility regime and non-stationary during the high volatility regime. Frequent government changes resulting political instability also cause significant deviations in purchasing power parity.

Keywords: Real exchange rate, Markov-switching, Gibbs sampling.

*Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisat Bölümü, 06800, Beytepe/ANKARA, nasipb@hacettepe.edu.tr

GİRİŞ

Türkiye ekonomisi için reel döviz kurunun stokastik davranışını farklı veri oluşum süreçleri yoluyla modellemek mümkündür. Ancak söz konusu modelleme yapılırken, veri oluşum sürecindeki kaymalara yalnızca yüksek ve kronik enflasyon, yapısal değişiklikler, zevk ve teknolojideki değişimler gibi ekonomik faktörlerin değil; aynı zamanda 1971-2002 döneminde yaşanan sık hükümet değişiklikleriyle temsil edilebilen politik istikrarsızlığın da katkıda bulunmuş olabileceği dikkate alınmalıdır. Nitekim Türkiye için reel döviz kurunun stokastik davranışını analiz etmek amacıyla yapılmış olan çalışmalarda kesin bir sonuca ulaşılamadığı da görülmektedir. Örneğin geleneksel birim kök testlerinin kullanıldığı çalışmada Telatar ve Kazdağlı (1998) reel döviz kurunun durağan olmadığına dair güçlü bulgular elde ederken, Yazgan (2003) yarı ömürlü sapma (half-life deviation) tipi birim kök test yöntemi kullanarak reel döviz kurunun durağan olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diğer yandan Sarno (2000) ve Erlat (2004) doğrusal olmayan modelleme teknikleri (STAR) kullanarak, reel döviz kurunun durağan olduğuna dair bazı bulgular ortaya koymuştur.

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere, reel döviz kurunun stokastik davranışını durağanlık testleri aracılığıyla analiz etmek mümkündür. Bu amaçla, reel döviz kuru örtük olmayan faiz haddi paritesine (risk primi dikkate alınmadan) göre;

$$q = e + p^* - p \quad (1)$$

şeklinde tanımlanmaktadır. Burada q reel döviz kurunun logaritmasını, e nominal döviz kurunun logaritmasını, p^* ve p ise sırasıyla yabancı ülke ve Türkiye'ye ait tüketici fiyat endeksinin logaritmasını temsil etmektedir.¹ Ancak bu aşamada belirtilmesi gereken önemli bir husus, ekonomik ve politik bazı faktörlerin reel döviz kuru değişkenliğini geçici olarak artırıp azaltabilecek olması nedeniyle, birim kök test sonuçlarının reel döviz kurundaki değişken varyans yapısına son derece duyarlı hale gelebilmesidir.²

Çalışmanın amacı, ilk olarak Kanas ve Genius (2005) tarafından kullanılan rejim dönüşümlü bir ADF testi aracılığıyla, Türkiye'deki reel döviz kurunun farklı değişkenlik rejimlerindeki durağanlık niteliklerinin araştırılmasıdır. Kurulan model, Kanas ve Genius (2005) çalışmasıyla uyumlu bir biçimde, ADF regresyonunun gerek parametreleri gerekse de varyansında reel döviz kuruna ait değişkenlik rejimlerine göre kaymalar ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır. Bununla birlikte söz konusu model, Kanas ve Genius (2005) çalışmasından farklı olarak, Bayesyen Gibbs örnekleme yoluyla tahmin edilmektedir.

Çalışmada ele alınan analiz döneminde, stokastik değişken varyans yapısının reel döviz kurunun durağanlık niteliğini etkilediği bulunmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, reel döviz kurunun düşük değişkenlik dönemlerinde durağan, yüksek değişkenlik dönemlerinde ise durağan olmayan bir yapı sergilediği görülmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde analiz dönemine ait ekonomik ve politik gelişmeler ele alınmaktadır. İkinci bölümde ekonometrik yöntem ve sonuçlar verilmekte, son bölüm ise bulgulara ilişkin kısa bir değerlendirmeyi içermektedir.

1. 1971-2002 DÖNEMİNDE TÜRKİYE'DE GERÇEKLEŞEN ÖNEMLİ EKONOMİK VE POLİTİK GELİŞMELER

Analiz dönemi, farklı nominal döviz kuru rejimlerinin geçerli olduğu ve önemli bir takım ekonomik ve siyasi olayların yaşandığı iki alt döneme ayrılabilir. 1971'in ilk çeyreğinden 1980'in başına kadar olan birinci alt dönemde sabit döviz kuru ve ithal ikamesi rejimlerinin geçerli olduğu görülmektedir. 1980'in başından 2002'nin sonuna kadar olan ikinci alt dönemde ise, esnek döviz kuru rejimi ve dışa dönük ekonomi politikaları ile birlikte ihracata dönük sanayileşme stratejisi hüküm sürmüştür. Bununla birlikte, ele alınan tüm analiz döneminde ekonomik politika rejim değişikliklerinin yanısıra, Tablo 1'de verilen yirmi altı hükümet değişikliği gerçekleşmiştir. Hükümet değişikliklerinden onbiri, yıllık 1.22 dönüşüm oranıyla birinci alt dönemde; onbeşi ise, yıllık 0.65 dönüşüm oranıyla ikinci alt dönemde meydana gelmiştir.

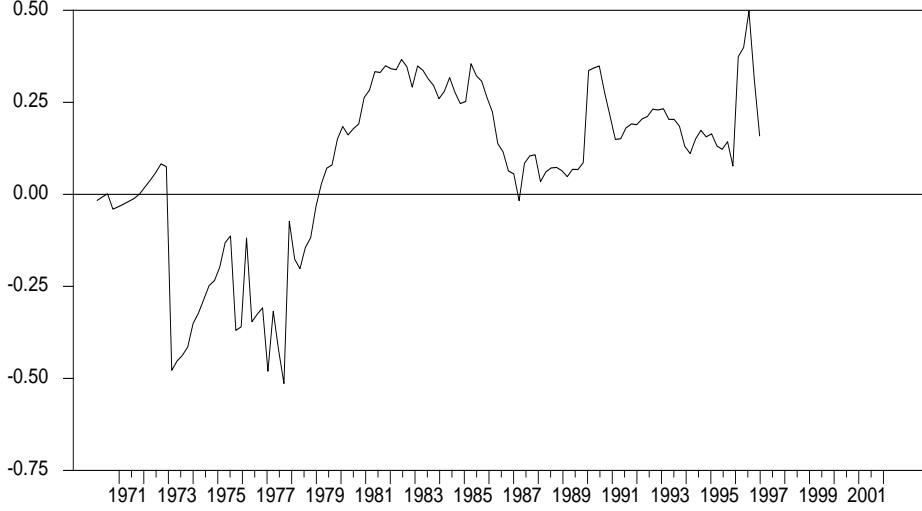
Tablo-1: Hükümet Değişiklikleri, Devalüasyonlar ve İstikrar Programları, 1971-2002

Başbakan	Hükümet Dönemleri	Devalüasyonlar	İstikrar programları
III.Demirel	6 Mart 1971-26 Mart 1971		
I.Erim	26 Mart 1971-11 Aralık 1971		
II.Erim	11 Aralık 1971-22 Mayıs 1972		
Melen	22 Mayıs 1972-15 Nisan 1973	Şubat 1973	
Talu	15 Nisan 1973-26 Ocak 1974		
I.Ecevit	26 Ocak 1974-17 Kasım 1974		
Irmak	17 Kasım 1974-31 Mart 1975		
IV.Demirel	31 Mart 1975-21 Haziran 1977	Ekim 1975	
II.Ecevit	21 Haziran 1977-21 Temmuz 1977		
V.Demirel	21 Temmuz 1977-5 Ocak 1978		Eylül 1977
III.Ecevit	5 Ocak 1978-12 Kasım 1979	Mart 1978 –Haziran 1979	Nisan 1978-Mart 1979
VI.Demirel	12 Kasım 1979-12 Eylül 1980	Ocak 1980	
Ulusu	20 Eylül 1980-13 Aralık 1983		
I.Özal	13 Aralık 1983-21 Aralık 1987		
II.Özal	21 Aralık 1987-9 Kasım 1989		
Akbulut	9 Kasım 1989-23 Haziran 1991		1990 Para Programı
I.Yılmaz	23 Haziran 1991-20 Kasım 1991		
VII.Demirel	20 Kasım 1991-25 Haziran 1993		
I.Çiller	25 Haziran 1993-5 Ekim 1995	Nisan 1994	Nisan 1994-İstikrar programı
II.Çiller	5 Ekim 1995-30 Ekim 1995		
III.Çiller	30 Ekim 1995-6 Mart 1996		
II.Yılmaz	6 Mart 1996-28 Haziran 1996		
Erbakan	28 Haziran 1996-30 Haziran 1997		
III.Yılmaz	30 Haziran 1997-11 Ocak 1999		
IV.Ecevit	11 Ocak 1999-28 Mayıs 1999		
V.Ecevit	28 Mayıs 1999-3 Kasım 2002	Şubat 2001	Aralık 1999-İstikrar programı Nisan 2001-İstikrar programı

Not: Hükümetler başbakanların isimleriyle anılmaktadır.

1971-1973 dönemi, 1970 yılında gerçekleşen %66 oranındaki büyük çaplı devalüasyonun etkilerini yansıtmaktadır. 1973 yılı başında yüksek dış ticaret açıkları nedeniyle sona eren bu dönem, dış rezervlerde azalışa ve dış borçta artışa yol açmıştır. Yapılması gereken devalüasyonların politik istikrarsızlık nedeniyle ertelenmesi, mevcut ekonomik problemlerin daha da kötüleşmesine neden olmuştur. 1973'ten sonra, Türk lirası düşük oranlarda defalarca devalüasyona uğramıştır. Nominal döviz kurundaki sık ve gerçekçi olmayan bu ayarlamalar reel döviz kurundaki değişkenliğe katkıda bulunmuştur. Yine bu dönemde cari işlemlerdeki bozulmalar iki büyük devalüasyona yol açmıştır. Bu devalüasyonlardan birincisi 1978'de ortalama %33 oranında, ikincisi ise 1979'da %77.7 oranında gerçekleşmiştir. Ancak bu noktada, 1971-1980 döneminde yapılan devalüasyonların Türkiye ile başlıca ticaret ortakları arasındaki enflasyon oranı farklılıklarını yansıtmadığı ve Türk lirasının aşırı değerlenmesiyle sonuçlandığı da belirtilmelidir. Zira bu husus Şekil 1'de görülmektedir. Söz konusu dönemde reel döviz kurunun negatif değerler almasının nedeni, Türk lirasının aşırı değerlenmiş olmasıdır.

Ekonomiyi ithal ikamesine dayalı kapalı bir yapıdan, ihracata yönelik büyüme stratejilerinin uygulanmaya başlandığı dışa açık bir yapıya dönüştüren geniş kapsamlı bir istikrar programının uygulamaya konulmuş olması nedeniyle, 1980 yılı Türkiye ekonomisi açısından önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Bu dönemde sabit döviz kuru rejiminden yönetilen döviz kuru (managed floating) sistemine geçilmiştir. Belirtilen politika değişikliklerinin ardından, Türk lirası yabancı paralar karşısında dalgalanmaya bırakılmıştır. Politika rejiminde değişiklik yapma gereğini doğuran temel faktörler yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda da siyasidirler. Bir yandan 1970'deki petrol fiyat şoklarının yarattığı ödemeler dengesi problemleri ekonomide enflasyonist baskıları artırarak derin bir resesyona ve sosyal huzursuzluğa yol açmıştır.³ Diğer yandan 1978 ve 1979 yıllarında uygulamaya konulan istikrar programları, ülkenin içinde bulunduğu politik istikrarsızlık koşullarının etkisiyle, etkin bir biçimde uygulanamamıştır.⁴ Bu aşamada belirtilmelidir ki, Ocak 1980'de %48.6 oranında gerçekleşen devalüasyonun etkileri, aynı yılın Eylül ayında gerçekleşen askeri darbe sonrasında gözlenebilir hale gelmiştir. Kısa vadeli amaçların yanısıra, uzun vadeli yapısal değişikliklerin hedeflendiği istikrar programında benimsenmiş olan ihracata dayalı sanayileşme stratejisi, darbe sonrası ilk demokratik genel seçimlerin yapıldığı 1983 yılına kadar askeri yönetim tarafından yürütülmüştür.

Şekil-1: Reel Döviz Kuru (ortalamadan arındırılmış) (\$/TL)

Ekonomiyi geniş çaplı etkileyen bir diğer önemli gelişme, 1989 yılında sermaye hareketlerinin liberalleştirilmesidir ki, bu önlem ülkeyi dış şoklara karşı daha açık ve duyarlı hale getirmiştir. Söz konusu politika değişikliğinden sonra, esnek döviz kuru sisteminin varlığına rağmen Türk lirasının aşırı değerlenmiş olmasının yanısıra, yüksek hacimli bütçe açıklarının finansman gereğinin neden olduğu yüksek faiz oranları, Türkiye'ye büyük miktarlarda sermaye girişlerine yol açmıştır. Dolayısıyla, 1990-2000 dönemi yüksek ve kronik enflasyon, yüksek bütçe açıklarının finansman ihtiyacı ve bunlara bağlı olarak yükselen faiz oranları ile karakterize edilebilmektedir. Bu dönemde, birisi yönetilen döviz kuru sisteminin yürürlükte olduğu 1994 yılı başında, diğeri ise uluslararası finans kuruluşlarının desteğiyle 1999 sonlarında başlayan döviz kuruna dayalı istikrar programının uygulandığı dönemde olmak üzere, iki finansal kriz yaşanmıştır. 1994 krizinin gerisindeki temel faktör, hükümetin faiz oranlarını baskı altında tutmasının bir sonucu olarak döviz kuruna yönelik olarak ortaya çıkan spekülasyon ataklarıdır. Söz konusu ataklar, yurt içi faiz oranlarında ortaya çıkması beklenen düşümlere ve cari işlemler açıkları tarafından yaratılması beklenen devalüasyonlara karşı, özel kesimin korunma güdülerini tarafından motive edilmiştir. Türk lirası 5 Nisan 1994 tarihinde ilan edilen istikrar programının ardından, %38.9 oranında devalüe edilmiştir.⁵

Net ihracat itibarıyla bazı iyileşmeler ortaya çıkmış olsa da, söz konusu program enflasyonla savaşa konusunda başarılı olamadığı gibi; bankacılık sektörünün zayıflığı, politik istikrarsızlığın yarattığı mali disiplin yokluğu ve olumsuz dış ticaret hadlerinin yarattığı istikrarsızlıkların ortadan kalkmasını da

sağlayamamıştır. Analiz dönemindeki son büyük çaplı devalüasyon, politik bir uzlaşmazlığın ardından, Şubat 2001’de ortaya çıkan krizle beraber gerçekleşmiştir.

2. AMPİRİK BULGULAR

Çalışmada kullanılan veri seti, Türkiye ve ABD’ye ait tüketici fiyat endeksleri ve dönem sonu nominal döviz kuruna ilişkin üçer aylık gözlemlerden oluşmaktadır. 1971: 1-2002: 3 dönemine ait tüm zaman serileri Uluslararası Para Fonu’nun IFS veri tabanından temin edilmiştir. Söz konusu veri seti kullanılarak, (1) no’lu özdeşlik yoluyla, üçer aylık reel döviz kuru serisi elde edilmiştir.

Tablo 2’de tanımlayıcı istatistikler verilmektedir. Buna göre, 1971-1980 alt dönemi için ortalama reel döviz kuru istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde sıfırın altındadır ve Türk lirasının ortalama olarak değerlendirildiğini ortaya koymaktadır. Çarpıklık ise negatif, ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir. Aşırı yatıklığın istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir değer alması, dağılımın zirve yaptığını göstermektedir. Bu bulgu sabit döviz kuru sisteminin geçerli olduğu söz konusu alt dönem boyunca, aralıklı olarak meydana gelen büyük değişikliklerin gerçekleştiği gözlemiyle de tutarlılık taşımaktadır. Jarque-Bera test istatistiği, normallik hipotezinin reddedilememiş olması nedeniyle, birinci alt dönemde dağılımın normale yakın olduğunu göstermektedir. Ljung-Box test istatistiği sonuçları ise, reel döviz kurunda korelasyon bulunmadığını ifade eden boş hipotezin birinci alt dönem için %1 anlamlılık düzeyinde reddedildiğine işaret etmektedir. Değişkenliğe (volatility) ilişkin bir gösterge olan “reel döviz kurunun karelerinde korelasyonun bulunmadığı” şeklindeki boş hipotez %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. LB^2 istatistiğinin karşılık gelen LB istatistiğinden küçük olması, birinci moment geçici bağımlılıkların daha yüksek moment geçici bağımlılıklarına oranla daha belirgin görüldüğünü ifade etmektedir.

İkinci alt dönem için ortalama reel döviz kurunun anlamlı biçimde pozitif olması, Türk lirasının ortalama olarak değer kaybettiğini göstermektedir. Çarpıklığın negatif ve istatistiksel olarak %5 düzeyinde anlamlı olması ise, reel döviz kuru dağılımının ikinci alt dönemde normal olmadığı anlamına gelmektedir. Jarque-Bera testleri itibariyle normalliğe ilişkin boş hipotezin reddedilmesi ise bu sonucu desteklemektedir. Ljung-Box istatistiklerinin istatistiksel olarak anlamlı olması, gerek reel döviz kurunda gerekse karelerinde otokorelasyonun var olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayılarının ortak olarak sıfır olduğu şeklindeki boş hipotezin reddedilmiş olması, değişken varyans probleminin varlığına atfedilebilmektedir.

Tablo-2: Reel Döviz Kuru İçin Tanımlayıcı İstatistikler

İstatistik	1971: 02-1980: 01	1980: 02-2003: 01
Örnek büyüklüğü	36	92
Ortalama	-0.3186 (0.0000)	0.1234 (0.0000)
Standart sapma	0.2211	0.1597
Minimum	-0.6836	-0.3241
Maksimum	0.0047	0.4834
Çarpıklık	-0.0662 (0.8765)	-0.56593 (0.0293)
Aşırı basıklık	-1.5190 (0.0922)	0.45240 (0.3940)
JB	3.4875 (0.1749)	5.6955 (0.0579)
LB(4)	40.93*	165.55*
LB ² (4)	31.38*	102.53*

Not: Parantez içindeki sayılar anlamlılık düzeylerini ve JB χ_2^2 dağılımına sahip Jarque-Bera normallik testini göstermektedir. LB(4) reel döviz kurunda ve LB²(4) reel döviz kurunun karesinde dördüncü dereceye kadar Ljung-Box seri korelasyon test istatistiğini göstermektedir. * 1% anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 2'den görüldüğü üzere, reel döviz kurunun gerek düzeyinde gerekse de değişkenliğinde seri korelasyonun varolduğu sonucuna ulaşılabilir. Tablo 2'nin ortaya koyduğu bir diğer sonuç ise, reel döviz kurlarının kendi aralarındaki korelasyonun kareleri arasındaki korelasyondan daha yüksek olduğudur. Sonuçlar değişkenliğin kümelenildiğini; başka bir deyişle, varyansın zamana bağlı olarak değiştiğini ifade etmektedir. İkinci alt dönem için LB istatistiklerinin birinci alt dönemden daha yüksek bulunmuş olmasını, esnek döviz kuru sistemine geçişle yorumlamak mümkündür. Yerli paranın ABD dolarına sabit bir oranda bağlandığı birinci alt dönemde, reel döviz kurlarının karelerinde bulunan otokorelasyonun (a) dış şoklar ve (b) yasal sürenin bitiminden önce ortaya çıkan sık hükümet değişikliklerinin yansıttığı politik istikrarsızlık olmak üzere, iki temel nedeni olduğu söylenebilir. İkinci alt dönemde yurt içi ve yurt dışı şokların yanısıra yönetilen döviz kuru sisteminin yürürlükte olmasının, reel döviz kurundaki değişkenlikte artışa yol açmış olduğunu belirtmek de mümkündür.

Tablo-3: Genişletilmiş Dickey-Fuller Birim Kök Test Sonuçları

	Trend var			Trend yok		
	1971.1-2003.1	1971.1-1980.1	1980.1-2003.1	1971.1-2003.1	1971.1-1980.1	1980.1-2003.1
q	-2.369	-2.513	-2.805	-2.999	-2.979	-2.686
Δq	-6.815	-6.305	-9.196	-6.785	-5.074	-6.417

Not: Trendin olmadığı ADF testi için %5 anlamlılık düzeyindeki kritik değer -2.88 , trendin olduğu ADF testi için söz konusu kritik değer -3.44'tür.

Tablo 3'te (log) reel döviz kuruna ve birinci farkına ilişkin, gerek tüm gerekse de herbir alt dönem için birim kök test sonuçları verilmektedir. Tablodan da görüldüğü üzere, ele alınan bütün dönemler için, reel döviz kuru düzeyde durağan değilken birinci farkında durağandır. Bu sonuç reel döviz kurunun, Telatar ve Kazdağlı (1998) ile Sarno (2000) çalışmalarında ortaya koyulmuş olan bulgularla tutarlı olarak, I(1) süreci izlediği anlamına gelmektedir. Tablo 3'teki tüm örnek sonuçlar için, reel döviz kurunun düzeyde durağan olmadığını göstermesine rağmen farkında durağan bulunmuş olması, reel döviz kuru düzeyinin ekonomideki istikrarsızlıklar veri iken, zamanın her noktasında durağan olmamasını gerekli kılmamaktadır. Bu nedenle reel döviz kurunun gerçek dinamiklerini yakalayabilmek için, lokal davranışına bakılması daha uygun bir yaklaşım olacaktır. Zira yukarıda kısaca tartışıldığı üzere, reel döviz kurunun stokastik davranışı incelenirken, Türkiye'nin ekonomik ve politik niteliklerinin dikkate alınmaması araştırmacıları yanlış sonuçlara götürebilecektir. Dolayısıyla da reel döviz kurunda stokastik değişken varyans yapısının gözönünde tutulması gerekmektedir. Bu amaca uygun olarak, çalışmada Markov dönüşümlü bir ADF testinden yararlanılmaktadır. Buna göre model

$$\Delta q_t = a_0(s_t) + b(s_t)q_{t-1} + \sum_{k=1}^p a_k(s_t)\Delta q_{t-k} + u_t \quad (2)$$

$$u_t \sim N(0, \sigma_{st}^2)$$

$$\sigma_{st}^2 = \sigma_0^2(1 - s_t) + \sigma_1^2 s_t, \quad \sigma_1^2 > \sigma_0^2$$

$$\Pr[s_t = 0 | s_{t-1} = 0] = p_0, \quad \Pr[s_t = 1 | s_{t-1} = 1] = p_1$$

şeklinde oluşturulmuştur. Burada s_t gözlemlenmemiş durum değişkenini, $a_0(s_t), \dots, a_p(s_t), b(s_t)$ durum değişkenine bağlı parametreleri, σ_{st}^2 hata teriminin durum değişkenine bağlı varyansını, $\Pr[.]$ ise olasılık fonksiyonunu temsil etmektedir.

Yukarıdaki modelde yer alan gözlemlenmemiş durum değişkeninin, Hamilton (1988) çalışmasındaki gibi, iki rejimli birinci dereceden bir Markov süreci izlediği kabul edilmektedir. Bu açıdan ele alındığında, $s_t=0$ reel döviz kurundaki düşük değişkenliği, $s_t=1$ ise yüksek değişkenliği temsil etmektedir. Dolayısıyla modelde tahmin edilmesi gereken parametreler $t=1,2,\dots,T$ için $a_0(s_t), \dots, a_p(s_t), b(s_t), p_0, p_1, \sigma_0^2, \sigma_1^2$ ve s_t değerleridir.⁶ Veri yaratım sürecinin nerede değiştiğini gösteriyor olması nedeniyle, gözlemlenmemiş durum değişkeni s_t 'nin tahmini özel bir önem taşımaktadır. Zira tahmin edilen s_t değerleriyle birlikte, ADF regresyonu katsayılarından yararlanılarak veri yaratım sürecinin durağan olduğu ve olmadığı dönemlerin belirlenmesi mümkündür. Ancak modelin tahmin aşamasından önce gecikme uzunluğu p 'nin belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla, Δq_t için geleneksel ADF regresyonuna uygulanan standart Akaike ve Schwartz bilgi kriterlerine göre gecikme uzunluğu 2 olarak seçilmiştir.

Gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiş olan modelin tahmini Bayesyen analiz yöntemlerinden birisi olan Gibbs örnekleme ile yapılmıştır.⁷ Bayesyen Gibbs örnekleme yöntemi, parametrelerin uygun ön dağılımlara sahip rassal değişkenler olarak ele alındığı ve bileşik dağılım fonksiyonunun bilinmesine gerek kalmadan parametre tahminlerinin oluşturulması amacıyla kullanıldığı bir yöntemdir. Bu bağlamda yukarıda verilmiş olan (2) no'lu modelin Gibbs örnekleme yoluyla elde edilmiş olan tahmin sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.⁸

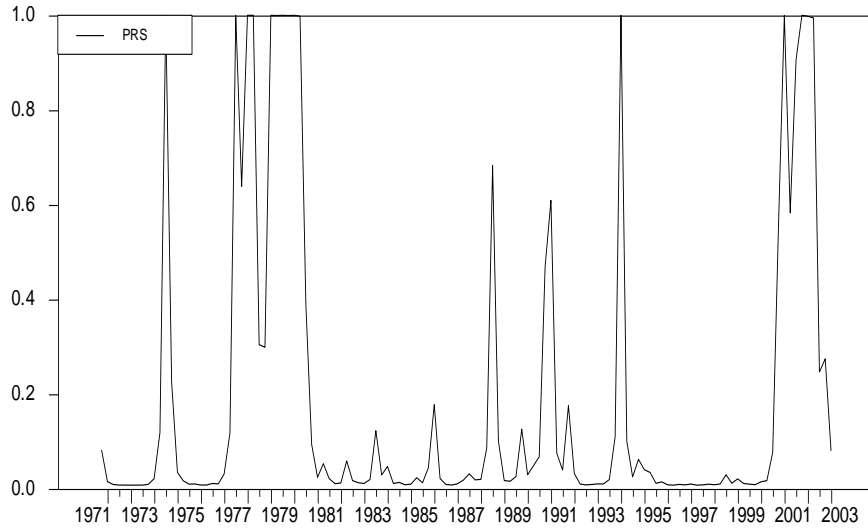
Tablo-4: Gibbs Örnekleme Tahmin Sonuçları

	Ön Dağılım		Son Dağılım		
	Ortalama	St.sapma	Ortalama	St.sapma	%95 güven aralığı
$a_0(s_t=0)$	0	1	0.0062	0.0039	(-0.0092, 0.0204)
$a_0(s_t=1)$	0	1	-0.0163	0.0591	(-0.3614, 0.2415)
$a_1(s_t=0)$	0	1	0.1160	0.0579	(-0.1842, 0.3987)
$a_1(s_t=1)$	0	1	-0.3734	0.3042	(-1.6149, 1.1564)
$a_2(s_t=0)$	0	1	0.0387	0.0475	(-0.1261, 0.2391)
$a_2(s_t=1)$	0	1	-0.4025	0.3713	(-2.0464, 1.1521)
$b(s_t=0)$	0	1	-0.0821	0.0172	(-0.1538, -0.1123)
$b(s_t=1)$	0	1	-0.0707	0.1623	(-0.8723, 0.7498)
p_0	0.5	0.125	0.9119	0.0402	(0.6760, 0.9943)
p_1	0.5	0.125	0.6436	0.1327	(0.1859, 0.9788)
σ_0^2	-	-	0.0013	2.7366×10^{-4}	(0.0005, 0.0024)
σ_1^2	-	-	0.0625	0.0258	(0.1197, 0.3177)

Not: σ_0^2 ve σ_1^2 için belirsiz ön dağılım yapısı kullanılmıştır.

Tablo 4 her bir parametre için gerek ön dağılım gerekse de son dağılımların ortalama ve standart sapma değerlerini vermektedir. Tablo incelenecek olursa, düşük değişkenlik rejimi için b katsayısının ortalama ve standart sapma değerlerinin sırasıyla -0.0821 ve 0.0172 şeklinde tahmin edilmiş olduğu görülmektedir. Bu bulgu söz konusu tahminin anlamlı olarak sıfırdan farklı ve negatif bir sayı olduğunu göstermektedir. Yüksek değişkenlik rejimi için b katsayısının ortalama ve standart sapma değerlerinin ise, sırasıyla -0.0707 ve 0.1623 şeklinde tahmin edilmiş olduğu görülmektedir. Bu bulgu söz konusu tahminin sıfırdan anlamlı biçimde farklı olmadığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla elde edilmiş olan bu sonuçlar, reel döviz kurunun düşük değişkenlik rejiminde durağan iken yüksek değişkenlik rejiminde durağan olmadığını ifade etmektedir.

Şekil-2: Yüksek Değişkenlik Rejiminin Olasılık Değerleri.



Şekil 2 yüksek değişkenlik rejimine ait olasılık tahmin sonuçlarını vermektedir. Şekilden açıkça görüldüğü üzere, yüksek değişkenlik rejimi olasılıkları sık hükümet değişikliklerinin yaşandığı ve ekonomik politikaların iyi yönetilemediği politik istikrarsızlık dönemlerine uygun düşmektedir. Örneğin Tablo 1 tekrar incelenecek olursa, 1991-1993 döneminde üç hükümet değişikliği yaşanmıştır. Buradan hareketle, satın alma gücü paritesinde meydana gelen sapmalarda yüksek değişkenliğe neden olan temel faktörün makroekonomik istikrarsızlıkların yanında, politik istikrarsızlıklar olduğu da söylenebilir. Zira hükümetlerin birinci amacının uygun politikalar izleyerek sosyal refahı artırmaktan çok, iktidarda kalmak olduğuna önemli bir örnek teşkil

eden 1991-1993 dönemindeki deneyimler, çalışmanın bulgularını desteklemektedir. Esas olarak politik kaygılarla hareket eden hükümetler, satın alma gücü paritesinden sapmaları gidermeye yönelik gerekli politika önlemlerini alamamışlardır. Örneğin hükümetler nominal faiz oranları ve döviz kurlarını baskı altında tutarak, söz konusu değişkenlerin ekonominin dinamiklerine uygun bir biçimde dalgalanmalarına izin verilmesi gerektiğini görmezden gelmişlerdir.

SONUÇ

Çalışmada Türkiye'de reel döviz kurunun stokastik davranışı, Markov-dönüşümlü bir ADF modelinin Bayesyen Gibbs örneklemesiyle analiz edilmektedir. Çalışmada elde edilmiş olan temel bulgu, reel döviz kurunun düşük değişkenlik dönemlerinde durağan, yüksek değişkenliğin yaşandığı dönemlerde ise durağan olmadığı şeklindedir. Türkiye örneğinde, reel döviz kurunun durağanlık niteliklerinde değişiklik yaratan temel faktörün ise, kötü yönetilen ekonomik politikalarla birlikte politik istikrarsızlıklar olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, sık hükümet değişiklikleri sonucunda oluşan politik istikrarsızlığın, satın alma gücü paritesinde önemli sapmalara neden olduğu ortaya çıkmaktadır.

NOTLAR

-
- ¹ Çalışmada yabancı ülke olarak Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tanımlanmaktadır.
² Örneğin bkz. Caporale vd. (2003) ile Frankel ve Rose (1996).
³ 1970-1980 döneminde TÜFE enflasyon oranı, 1970'deki % 8.5 minimum ve 1979'daki % 75.6 maksimum değer ile, ortalama % 27 olarak gerçekleşmiştir.
⁴ 1978-1979 arası bir yıllık dönemde üç hükümet değişikliğinin yaşanmış olması politik istikrarsızlığın esas nedeni olarak ele alınmaktadır.
⁵ 5 Nisan 1994 tarihinde 23.031, 84 TL olan ABD doları alış fiyatı 6 nisan 1994 tarihinde 31.988,89 TL olmuştur (Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası).
⁶ T gözlem sayısını temsil etmektedir.
⁷ Gibbs örnekleme tekniğine ilişkin ayrıntılı açıklamalar için bakınız Albert ve Chib (1993), Carter ve Kohn (1994), Casella ve George (1992), Gelfand ve Smith (1990).
⁸ Modelin tahmin aşamasında 10.000 iterasyon gerçekleştirilmiş ve yakınsama amacıyla ilk 4.000 iterasyon kullanılmıştır.

KAYNAKÇA

- Albert, J.H. and S. Chib (1993) "Bayes Inference via Gibbs Sampling of Autoregressive Time Series subject to Markov Mean and Variance Shifts", **Journal of Business and Economic Statistics**, 11, 1-15.
- Caporale, G.M., P. Nikitas, and P. Sakellis (2003) "Testing for PPP: The Erratic Behaviour of Unit Root Tests", **Economics Letters**, 80, 277-284.
- Carter, C.K. and P. Kohn (1994) "On Gibbs Sampling for State Space Models", **Biometrika**, 81, 541-553.
- Casella, G. and E.I. George (1992) "Explaining the Gibbs Sampler", **The American Statistician**, 46, 167-174.
- Erlat, H. (2004) "Unit Roots or Nonlinear Stationarity in Turkish Real Exchange Rates", **Applied Economics Letters**, 11, 645-650.
- Frankel, J.A. and A.K. Rose (1996) "A Panel Project on Purchasing Power Parity: Mean Reversion within and Between Countries", **Journal of International Economics**, 40, 229-240.
- Gelfand, A.E. and A.F.M. Smith (1990) "Sampling-based Approaches to Calculating Marginal Densities", **Journal of the American Statistical Association**, 85, 398-409.
- Hamilton, J.D. (1988) "Rational Expectations Econometric Analysis of Changes in Regimes: An Investigation of the Term Structure of Interest Rates", **Journal of Economic Dynamics and Control**, 12, 385-432.
- Kanas, A. and M. Genius (2005) "Regime (Non)stationarity in the US/UK Real Exchange Rate", **Economics Letters**, 87, 407-413.
- Sarno, L. (2000) "Real Exchange Rate Behaviour in High Inflation Countries: Empirical Evidence from Turkey, 1980-1997", **Applied Economics Letters**, 7, 285-291.
- Telatar, E. and H. Kazdagli (1998) "Re-examine the Long-run Purchasing Power Parity Hypothesis for a High Inflation Country: The Case of Turkey 1980-93", **Applied Economics Letters**, 5, 51-53.
- Yazgan, E. (2003) "The Purchasing Power Parity Hypothesis for a High Inflation Country: A Re-examination of the Case of Turkey", **Applied Economics Letters**, 10, 143-147.

KAMU HARCAMALARININ FİNANSMANINDA VERGİ BİLEŞENLERİNİN ROLÜ VE MALİ ALDANMA

Mehmet DURKAYA*
Servet CEYLAN**

Öz

Türkiye ekonomisi için vergi gelirleri ve kamu harcamaları arasındaki nedensel ilişkileri inceleyen birçok çalışmada, kamu harcamalarının finansmanında toplam vergi gelirlerinin kullanıldığı ileri sürülmüştür. Bu çalışmada mevcut literatüre ilave olarak, vergi gelirlerinin alt bileşenleri ile kamu harcamaları arasındaki nedensel ilişkiler incelenmiş ve mali aldanmanın olup olmadığı araştırılmıştır. Türkiye ekonomisi için 1975-2004 dönemi yıllık zaman serisi verilerinin kullanıldığı analizde, uzun dönem ilişkileri belirlemek için Johansen ko-entegrasyon testi, kısa dönem ilişkileri incelemek için hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, kamu harcamalarından dolayı vergi gelirlerine doğru tek yönlü nedensel bir ilişkinin olduğunu, dolaysız vergiler ile kamu harcamaları arasında ise her hangi bir nedensel ilişkinin olmadığını göstermiştir. Ayrıca, kamu harcamalarının finansmanında daha çok harcama vergilerinin kullanıldığını gösteren bu çalışma, Türkiye ekonomisinde mali aldanmanın geçerli olduğunu göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Vergi gelirleri, kamu harcamaları, mali aldanma, Johansen ko-entegrasyon, granger nedensellik, hata düzeltme modeli.

Abstract

The Role of Tax Revenue Components in Financing Public Expenditures and Fiscal Illusion

Many studies regarding the relations between tax revenues and public expenditures in Turkey conclude that total tax revenues have been utilized to finance public expenditures. Additional to existing literature, this study investigates the relations between tax revenue components and public expenditures, and searches the evidence of tax illusion. This study utilizes the

*Yrd. Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, İktisat Bölümü, GİRESUN
mdurkaya3@hotmail.com

** Yrd. Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, İktisat Bölümü, GİRESUN, sceylan@ktu.edu.tr

Johansen co-integration test to search long-run relations and the error correction model and Granger causality test to search short-run relations by employing yearly Turkish data for the period of 1975 to 2004. The empirical findings imply that there is one way causality running from public expenditures to indirect tax revenues, and no causality between direct tax revenues and public expenditures. In addition, findings indicating consumption tax revenues are mainly used to finance public expenditures show that tax illusion exists in the Turkish economy.

Keywords: Tax revenues, government expenditures, tax illusion, Johansen co-integration, Granger causality, Error correction model.

GİRİŞ

Son dönemlerde hem toplumsal ihtiyaçların artmasına hem de sosyal devlet olgusunun gelişimine bağlı olarak devletin üstlendiği görevler yoğunlaşmakta ve çeşitlenmektedir. Bu durum, kamu ekonomisinin faaliyet alanının genişlemesine neden olmakta, bu yönüyle de maliye politikasından beklenen etkiler, her dönemde farklılaşmaktadır. İlgili süreçte iki temel araç olan vergi gelirleri ve kamu harcamaları, hem karşılıklı olarak birbirleri üzerinde hem de farklı makroekonomik büyüklükler üzerinde önemli etkilerde bulunmaktadır. Özellikle bütçe açıkları, fiyatlar genel düzeyi, toplam talep, ekonomik büyüme, kamu borçları, istihdam düzeyi, etkin kaynak ve gelir dağılımı gibi konularda, vergi gelirleri ile kamu harcamaları seçeneklerinin hangisinin nasıl kullanılacağı sorusu, bu iki değişkenin analizinde anahtar role sahiptir. Kuşkusuz vergiler aracılığıyla devlet, kişilerin kullanılabilir gelirlerine müdahale ederek toplam talep ve harcamaları etkilerken kaynak dağılımını da değiştirmekte, aynı zamanda, kamu harcamalarına da finansman sağlamaktadır. Ancak hangi tür vergilerin sistem içinde daha etkin olduğu konusu arka planda kalmaktadır. Genellikle vergi gelirleri ile kamu harcamaları arasındaki nedensel ilişkilerin varlığına dayalı çalışmalarda, vergi gelirlerinin mi kamu harcamalarına yoksa kamu harcamalarının mı vergi gelirlerine neden olduğu sorusuna cevap aranmaktadır. Kamu harcamalarının finansmanı ve bütçe denkliliği açısından oldukça önemli olan bu durum, analizin sınırları biraz daha genişletildiğinde, farklı noktaların ortaya konulmasını da gerekli kılmaktadır.

Buradan yola çıkarak, kamu otoritesinin kamu harcamalarını finansman biçiminin analiz edildiği bu çalışmada, kamu harcamalarının finansmanında dolaylı vergiler mi yoksa dolaysız vergiler mi tercih edilmektedir? Dolaylı ve dolaysız vergi bileşenlerinin kamu harcamalarının finansmanındaki etkileri nelerdir? gibi sorulara cevap aranmaktadır. Kamu harcamalarından vergi gelirlerine veya vergi gelirlerinden kamu harcamalarına doğru oluşabilecek bir nedensellik tek başına bazı ayrıntıların kaybolmasına neden olabilir. Bu

anlamda, gelir, servet ve harcamalar üzerinden alınan vergilerle kamu harcamaları arasındaki ilişkilerin ayrıca ortaya konulması büyük önem taşımaktadır. Örneğin, harcamalardan vergi gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik vardır ifadesi, hangi tür vergi gelirlerine sorusuyla pekiştirildiğinde, kamunun vergi politikaları ile ilgili önemli bir ayrıntı da ortaya çıkabilir. Kamu harcamalarının finansmanı için vergi gelirlerine yönelmede eşitlik, genellik, yararlanma, ödeme gücü, toplam vergi yükü, kişisel vergi yükü, vergi yansımaları gibi birçok faktör dikkate alınmaktadır. Fakat vergi gelirlerinin oluşumunda tahsilat biçimi, kayıt dışılık ve toplumsal olguların etkinliği kamunun harcamalarının finansmanında yöneleceği vergi türü tercihlerini belirlemektedir. Özellikle verginin bireyler üzerindeki ekonomik ve psikolojik baskısı, vergiden kaçınma, vergi yansımaları ve vergi kaçakçılığı gibi yönelimleri ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede kamunun kolaylıkla tahsil edilebilen, toplumsal tepkilerden uzak ve halkın çoğu zaman ödemediğinin dahi farkında olmadığı vergiler üzerinde yoğunlaşması, vergi-harcama nedenselliğinde vergilerin bileşenlerine ayrıştırılmasını da gerekli kılmaktadır.

Bu yönden bakıldığında, çalışmada, kamu harcamalarının bedelinin dolaylı vergiler ve stopaj yoluyla alınan vergilerdeki artışlar yoluyla ödenmesini kapsayan ve kamu maliyesinde mali aldanma (fiscal illusion) olarak nitelendirilen olgunun Türkiye için geçerli olup olmadığı da test edilmektedir.

Çalışmanın geri kalan kısmı şu şekilde biçimlenmiştir. İkinci bölümde kamu harcamaları ve vergi gelirleri arasındaki teorik yaklaşımlar, literatürden örnekler verilerek açıklanmıştır. Üçüncü bölümde çalışmada kullanılan veri seti, devam eden bölümde ise çalışmada kullanılan analiz yöntemi tanıtılmıştır. Bu bağlamda Dickey-Fuller birim kök testi, Johansen ko-entegrasyon testi, Granger nedensellik testi ve hata düzeltme modeli hakkında bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde analiz sonucunda elde edilen bulgular sunulmuş ve yorumlanmıştır. Sonuç ve değerlendirme bölümünde ise genel sonuçlar değerlendirilerek, kamu ekonomisinin harcama ve gelir politikaları ile ilgili öneriler sunulmuştur.

1. LİTERATÜR

Genellikle literatürde, kamu gelirleri ile kamu harcamaları arasındaki nedensel ilişkilerin varlığı ve yönü üzerinde dört farklı yaklaşımdan söz edilmektedir. Bunlar; vergi-harcama, harcama-vergi, mali uyum (eşzamanlılık) ve kurumsal ayrılık hipotezlerinden oluşmaktadır.

Vergi-harcama hipotezi, kamu harcamalarındaki değişimin nedenini kamu gelirlerine bağlamıştır. Bu hipotez çerçevesinde Friedman (1978), vergi

gelirlerinden kamu harcamalarına doğru pozitif nedensel ilişkinin varlığına işaret etmiştir. Vergilerdeki değişime bağlı olarak kamu harcamalarının değişebileceğini ileri süren Friedman, vergi artışlarının kamu harcamalarını da artıracaklarını, bu yönüyle bütçe açıklarının azaltılmasında vergi artışlarının etkili olamayacağını belirtmiştir. Aksine, bütçe açıklarını azaltmak için vergilerin azaltılmasının gerekliliği üzerinde durmuştur. Buchanan ve Wagner (1978) de bu hipotezi doğrulamaktadır. Fakat yazarlar, vergi gelirlerinden kamu harcamalarına doğru olan nedensel ilişkinin negatif olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yazarların yaklaşımı vergi indirimine dayanmaktadır. Buna göre vergilerin indirilmesi, toplum tarafından kamu harcamalarının maliyetinin düşmesi şeklinde algılanır. Bu durum, kamu hizmetlerinin talebinin artmasına neden olmakta ve sonuçta kamu harcamalarını artırmaktadır. Bu nedenle yazarlar, yüksek oranda dolaysız vergilerden gelir elde edilmesi gerektiğini, dolaylı vergilerle finansmanın tercih edilmesi durumunda ise kamu harcamalarının artacağını belirtmişlerdir. Ahiakpor ve Amirkhalkhali (1989), 1926-1985 dönemine ait yıllık verilerle Kanada ekonomisi için, vergi artışlarının kamu harcamalarında tek yönlü büyümeye neden olacağını ortaya koymuşlardır. Yine bir başka yazar Owoye (1995), G7 ülkelerini kapsayan çalışmada, Japonya ve İtalya için nedenselliğin yönünü vergi gelirlerinden kamu harcamalarına doğru bulmuştur. Aynı yönlü nedenselliği Cheng (1999), Dominik Cumhuriyeti, Paraguay, Honduras ve Kolombiya, Ewing ve Payne (1998), Kolombiya, Ekvator ve Guatemala ve Darrat (1998) Türkiye için doğrulamışlardır.

Harcama-vergi hipotezi ise, kamu gelirlerinde meydana gelen değişmelerin kaynağı olarak kamu harcamalarındaki değişimleri göstermektedir. Barro (1974), kamu harcamalarının vergi gelirlerine neden olduğunu belirttiği çalışmada, önce devlet harcamalarının yapıldığını daha sonra ise artan kamu harcamalarının finansmanı için gecikmeli olarak vergilerde de artışların gerçekleştiğini savunmuştur. Peacock ve Wiseman (1979), kamu harcamaları-kamu gelirleri hipotezine dayalı olarak olağanüstü dönemlerde, kamu harcamalarının artmasına paralel olarak kamu gelirlerinin de artacağını vurgulamışlardır. Başka bir ifade ile, yazarlara göre vergi artışlarının nedeni kamu harcamalarındaki artıştır. Bu nedenle çalışmada, bütçe açığının giderilmesi için kamu harcamalarının azaltılmasının gereğine işaret edilmiştir. Anderson, Wallace ve Warner (1986), ABD için 1946-1983 dönemini kapsayan çalışmalarında harcama-vergi hipotezini destekleyen sonuçlara ulaşmışlardır. ABD için benzer sonuçlar, 1954-1982 dönemi kapsayan Von Furstenberg, Green ve Jeong (1986), 1792-1860 dönemi kapsayan Jones ve Joulfaian (1991)'in çalışmalarında mevcuttur. Gelişmekte olan ekonomilerde ise, Yunanistan için 1957-1993 dönemi Hondroyiannis ve Papapetrou (1996), Pakistan için 1973-2003 dönemi Hussain (2005), harcama-vergi hipotezini destekleyen sonuçlara ulaşmışlardır.

Akçoraoğlu (1999), 1955-1995 dönemi Türkiye için yapmış olduğu çalışmada harcama-vergi hipotezinin geçerli olduğunu göstermiştir. Yazar bu sonuçtan yola çıkarak, bütçe açıklarının giderilmesinde kamu harcamalarının azaltılmasının etkili olabileceğine dikkat çekmektedir. Türkiye ekonomisi için yapılan diğer çalışmalarda, 1964-2001 dönemini kapsayan Günaydın (2004) ve alternatif dönemler itibarıyla Terzi ve Oltulular (2006), Akçoraoğlu (1999)'nun bulgularını destekler sonuçlar elde etmişlerdir.

Kamu harcamaları ile kamu gelirleri arasındaki ilişkileri açıklayan başka bir hipotez, mali uyumla ilgilidir. Harcamalar ile gelirlerin birlikte belirlendiğini ve eş anlamlı olarak değişebileceğini ileri süren bu yaklaşım, harcama-vergi değişkenleri arasındaki iki yönlü nedensel ilişkinin ortaya çıkması ile açıklanmaktadır. Manage ve Marlow (1986), 1929-1982 dönemini kapsayan çalışmalarında, gelir ve harcamalar arasında iki yönlü nedensel ilişkinin varlığına işaret etmişler ve bu yönüyle mali uyum hipoteziyle uyumlu bulgulara ulaşmışlardır. Owoye (1995), Japonya ve İtalya dışında kalan G7 ülkeleri için aynı doğrultuda sonuçlara ulaşmıştır. Li (2001), 1950-1997 dönemine ait yıllık verilerle yaptığı analizde Çin ekonomisine ait mali uyum hipotezinin geçerliliğini ortaya koymuştur. ABD için yapılan bir çalışmada da mali uyumla bütünleşmiş bulgular, Miller ve Russek (1990) tarafından ortaya konmuştur. Cheng (1999) iki yönlü nedensel ilişkinin varlığına dayalı mali uyum hipotezinin, Latin Amerika ülkelerinden Brezilya, Panama, Peru ve Şili açısından da var olduğunu göstermiştir. Şili ve Paraguay için Ewing ve Payne (1998) de benzer sonuçlara ulaşmıştır. Kirchgässner ve Prohl (2006), İsviçre için yaptığı çalışmada, 1872-2002 dönemleri arasında kamu harcamaları ve gelirleri arasında çift yönlü nedensel ilişkinin varlığını doğrular sonuçlar elde etmişlerdir.

Harcama-gelir ilişkisini kurumsal ayrılık hipotezi ile açıklayan alternatif başka bir yaklaşıma göre ise, kamu harcamaları ile kamu gelirlerinin karar mekanizmalarının farklı olması, gelir ve harcamalar arasında bir ilişkinin varlığını zorlaştırmaktadır. Baghestani ve Mcnown (1994), ABD için üç aylık serilerle 1955-1959 yıllarını kapsayan çalışmalarında, kamunun gelir ve harcama kararlarını alan otoritelerin farklılığına işaret edilmekte, bu nedenle de birbirlerinden bağımsız oldukları belirtilmektedir. Aynı şekilde Hoover ve Sheffrin (1992) de ABD için gelir ve harcamaların birbirlerinden bağımsız olarak belirlendiği sonucuna varmışlardır.

Literatürde kamu harcamalarının finansmanında kullanılan vergi bileşenleri yönünden ise geniş anlamda mali aldanma olarak da ifade edilen vergi aldanması (tax illusion) olgusundan bahsedilmektedir. Bu çerçevede kamunun ekonomik faaliyetlerinin genişlemesi ve çeşitlenmesi karşısında artan kamu harcamalarının finansmanında emisyon ve borçlanma mekanizmalarının

kullanılması mali aldanma (fiscal illusion) olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca mali aldanmanın bir biçimi olan vergi aldanmasına göre, kamunun dolaylı vergiler ve stopaj yoluyla alınan vergileri artırarak vergi mükelleflerine hissettirmeden mali anestezi yöntemiyle finansman sağladığına işaret edilmektedir. Literatürde Mill hipotezi olarak da adlandırılan bu yaklaşımın temeli, dolaylı vergilerin doğrudan vergilere göre daha az gözlemlenebilir ve hissedilebilir olmasına dayalıdır.

Mali aldanma olgusu çeşitli çalışmalarda, vergi geliri yapısının karmaşıklığı (revenue-complexity hypothesis), vergi sisteminin gelir esnekliği (revenue-elasticity hypothesis), sinek kağıdı etkisi (flypaper effect) ve kiracı aldanması (renter illusion) hipotezlerine dayalı olarak açıklanmaktadır. (Nacar, 2005: 228-229, Dollery ve Worthington, 1996: 263-265) Bunlardan ilk ikisi merkezi, son ikisi ise yerel yönetim yapılarıyla ilişkilendirilmektedir.

Vergi geliri yapısının karmaşıklığı hipotezine göre, vergilerin farklı alan ve yönlerde çok sayıda olması, bireylerin ödedikleri toplam verginin gerçek anlamda ne kadar olduğunu belirlenmesini ve gerçek vergi yükünün anlaşılmasını zorlaştırmaktadır. Wagner (1976), ABD için 50 kent üzerinde EKK tahmin tekniğini kullanarak yaptığı çalışmasında, vergi gelirlerinin konu ve anlaşılır olması gibi özellikleri yönünden basit yapısı ile yerel harcamalar arasında negatif ve anlamlı ilişkinin bulunduğunu ortaya koymuştur. Baker (1983) de, yine ABD için aynı bulguyu destekler sonuçlara ulaşmıştır.

Mali aldanmayı vergi sisteminin gelir esnekliği hipotezine göre açıklayan yaklaşım, ekonomide meydana gelen olumlu gelişmelerin, vergi sistemini otomatik olarak harekete geçireceğini ve vergi gelirlerini artırabileceğini ileri sürmektedir. Bu çerçevede, vergi mükelleflerinin gelirindeki bir artış, vergi gelirlerini de otomatik olarak artıracaktır. Ancak enflasyona ve reel gelir artışlarına karşı oldukça hassas olan bir vergi yapılanmasında, mükelleflerin artan gelirlerine paralel olarak daha yüksek gelir dilimlerine dahil olması, gelirlerindeki artıştan daha fazla vergi ödemelerine neden olmaktadır. Bu şekildeki bir mali aldanmanın gerçekleşebileceğini gösteren ilk çalışma Oates (1975) tarafından ortaya konmuştur. Yazar, 48 ve 33 ABD kentini içeren farklı analizlerinde, vergi yapısının gelir esnekliğini pozitif ve anlamlı bulmuştur. Buna göre, vergi sisteminin gelir esnekliği arttıkça devletin vergi gelirlerinde de artış olmakta ve bu yönüyle kamu harcamalarına da finansman sağlanmaktadır. Hipotezle ilgili benzer sonuçlara 50 ABD kenti için yaptıkları çalışmalarda Craig ve Heins (1980) ile Misiolek ve Elder (1988) de ulaşmıştır.

Mali aldanmanın başka bir yönü de sinek kağıdı (flypaper) etkisi ile ölçülür. Buna göre, yerel yönetim harcamalarındaki artışlar, sadece yerel gelirlerdeki artışlarla değil, büyük ölçüde merkezi otoriteden ve idareler arası

aktarılan bağışlardan kaynaklanmaktadır. Fakat, çoğunlukla bireyler merkezden transfer edilen gelirlerin etkisini gözlemleyememekte ve yerel kamu hizmetlerinin maliyetinin düşük olduğu izlenimine kapılmaktadırlar. Bireylerin yerel hizmetlerden sağladığı faydanın katlandığı maliyetten büyük olduğu yanılgısına düşmesi, yerel kamu hizmeti talebinin ve dolayısıyla da yerel harcamaların artmasına neden olmaktadır. Oates (1975), Craig ve Heines (1980), Breden ve Hunter (1985), gibi yazarlar, kamu harcamalarının en önemli belirleyicilerinden birisinin de idareler arası kaynak aktarımı olduğunu vurgulamışlardır. Logan (1986), ABD için 1947-1983, Hammes ve Wills (1987), Kanada için 1962-1984 dönemlerini kapsayan çalışmalarında sinek kağıdı etkisinin varlığına işaret etmişlerdir.

Mali aldanmanın başka bir boyutu olarak gösterilen kiracı aldanması hipotezinde ise, yerel yönetimle ilgili vergilerin yansımaya dayalı bir aldanma ortaya çıkmaktadır. Yerel yönetimlerin en önemli gelir unsurlarını oluşturan emlak vergileri mülk sahipleri tarafından ödenmekle birlikte, bir kısmı kira vasıtasıyla kiracılara yansıtılmaktadır. Bu yansımadan çoğu zaman habersiz olan kiracılar, yerel yönetim harcamalarının finansmanına katkı yapmadıklarını düşünerek yerel kamu hizmetleri taleplerini artırmaktadırlar. Oysa artan yerel kamu harcamalarının yükü dolaylı olarak kiracılara yüklenmektedir. Kiracı aldanmasıyla ilişkili öncü ampirik çalışmalardan biri, Bergstrom ve Goodman (1973) tarafından yapılmıştır. Yazarlar, yerel kamu harcamalarının kiracıların fonksiyonu olduğunu, mülk sahipliği oranı ile harcamalar arasında ise negatif ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Aynı sonuçlar Lovell (1978) tarafından 136 ABD kasabası için yapılan çalışma ile de desteklenmiştir.

2. VERİ SETİ

Çalışmada kullanılan veriler, 1975-2004 dönemine ait yıllık bütçe harcamaları (BH), vergi gelirleri ve bileşenlerinden oluşmaktadır. Toplam vergi gelirleri (TV), dolaysız vergi gelirleri (DSV) ve dolaylı vergi gelirleri (DV)'den oluşmaktadır. Çalışmada dolaysız vergi gelirleri, gelir vergisi (GV), kurumlar vergisi (KV) ve servet vergisi (SV) bileşenlerine, dolaylı vergi gelirleri ise mal ve hizmet vergisi (MHV) ve dış ticaret vergisi (DTV) bileşenlerine ayrılmıştır. Çalışmada değişkenlerin önünde kullanılan “ Δ ” işareti ilgili değişkenin birinci farklarının alındığını göstermekte olup tüm değişkenler nominal gayri safi yurtiçi hasıla değerlerine bölünerek normalleştirme işlemine tabi tutulmuştur. Kullanılan verilerden gayri safi yurtiçi hasıla değerleri TC. Merkez Bankası elektronik veri tabanından (EVDS), vergi gelirleri ve alt bileşenleri ile bütçe harcamaları Maliye Bakanlığı web sitesinden temin edilmiştir.

3. YÖNTEM

3.1. Birim Kök Testi

Klasik regresyon modelinin varsayımlarından bir tanesi de ele alınan zaman serilerinin durağan olması gerekliliğidir. Durağanlık şartını sağlamayan zaman serilerinin kullanıldığı analizlerde, denklemlere ait yüksek determinasyon katsayıları ile anlamlı t ve F istatistikleri elde edilebilmektedir. Ancak elde edilen sonuçlar gerçek ilişkileri yansıtmayabilmektedir (Enders, 2004: 171).

Çalışmada birim kök sınaması, Dickey ve Fuller (1979, 1981) tarafından geliştirilen genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla her bir seri için aşağıdaki (1) ve (2) numaralı denklemler (sabitli ve sabitli+trendli versiyonlar) tahmin edilmiştir (Enders, 2004, s.181).

$$\Delta X_t = \beta_0 + \beta_1 X_{t-1} + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\Delta X_t = \beta_0 + \beta_1 X_{t-1} + \beta_2 Trend + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Yukarıdaki regresyon denklemlerinde; X , ele alınan seriyi, k , denkleme ilave edilen bağımlı değişken gecikme sayısını, β ile λ parametreleri, $Trend$, doğrusal zaman trendini ve ε , hata terimini temsil etmektedir. Tahminlerde oluşabilecek bir ardışık bağıntı problemini önlemek amacıyla denkleme ilave edilen bağımlı değişken gecikmeleri Akaike bilgi kriteri vasıtasıyla belirlenmiştir.

3.2. Ko-entegrasyon Testi

Birim kök test sonuçları çerçevesinde en az birinci seviyede ve aynı derecede durağan değişkenler arasındaki muhtemel ko-entegrasyon ilişkileri Johansen (1995) ko-entegrasyon testi vasıtasıyla araştırılmıştır. Johansen ko-entegrasyon testi için aşağıdaki p gecikmeli vektör otoregresif modeli (VAR) ele alalım:

$$Y_t = A_1 Y_{t-1} + \dots + A_p Y_{t-p} + \beta X_t + \varepsilon_t \quad (3)$$

(3) numaralı denklemde: Y , durağan olmayan $n \times 1$ boyutlu (çalışmada 2×1 boyutlu) değişken vektörünü, X , $d \times 1$ boyutlu deterministik değişkenler vektörünü ve ε , hata terimini temsil etmektedir. Yukarıdaki VAR modelinin birinci farkı alındığında aşağıdaki hata düzeltme modeli elde edilir.

$$\Delta Y_t = \Pi Y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_i \Delta Y_{t-i} + \beta X_t + \varepsilon_t \quad (4)$$

$$\Pi = \sum_{i=1}^p A_i - I \text{ ve } \Gamma_i = - \sum_{j=i+1}^p A_j$$

(4) numaralı denklemde Π matrisinin rankı bağımsız ko-entegre vektörlerinin sayısını ifade eder. Modelde $rank(\Pi)=0$ ise, ko-entegrasyon yoktur ve (4) numaralı denklem birinci farkında VAR modelini ifade eder. Eğer $rank(\Pi)=1$ ise, tek bir ko-entegrasyon vektörü mevcuttur ve ΠY_{t-1} ifadesi hata düzeltme terimini ifade eder. Eğer $1 < rank(\Pi) < n$ ise, birden fazla ko-entegre vektörü mevcuttur. Diğer taraftan $rank(\Pi)=n$ ise, diğer bir ifadeyle Π full ranka sahipse ko-entegrasyondan bahsedilemez. Bu durumda değişkenler bir alt seviyelerinde ((4) numaralı modele göre seviyelerinde) durağandır. Ko-entegrasyon vektörlerinin sayısının belirlenmesi için Π 'nin karakteristik köklerinin anlamlılığının test edilmesi gerekir. Bu amaçla maximum özgül değer (maximum eigenvalue) ve iz (trace) istatistiği kullanılır (Enders, 2004, s.352). Bu çalışmada (5) numaralı denklemde verilen iz istatistiği kullanılmıştır.

$$\lambda_{trace}(r) = -T \sum_{i=r+1}^n \ln(1 - \hat{\lambda}_i) \quad (5)$$

Burada: $\hat{\lambda}_i$ =karakteristik kökler ve T =kullanılabilir gözlem sayısını gösterir. İz istatistiği için boş ve alternatif hipotezler ile hipotezlerin tablo kritik değeriyle karşılaştırılmasıyla elde edilecek muhtemel sonuçlar Tablo 1' sunulmuştur. Tablodan da görüleceği üzere H_0 hipotezinin kabul edildiği düzeyde (iz istatistiği tablo kritik değerinden düşük olduğu durumda) ko-entegrasyon veya ko-entegre vektör sayısı hakkında karara varılır.

Tablo-1: İz İstatistiği için H_0 ve Alternatif Hipotezler (n değişkenli durum)

Hipotezler		Sonuçlar	
H_0	H_1	H_0 kabul	H_0 red
$r = 0$	$r > 0$	Ko-entegrasyon vektörü yoktur	En az bir ko-entegrasyon vektörü
$r \leq 1$	$r > 1$	Bir ko-entegrasyon vektörü	En az iki ko-entegrasyon vektörü
$r \leq 2$	$r > 2$	İki ko-entegrasyon vektörü	En az üç ko-entegrasyon vektörü
.	.	.	.
.	.	.	.
$r \leq n - 1$	$r > n - 1$	n-1 ko-entegrasyon vektörü	Seriler seviyelerinde durağandır.

3.3. Nedensellik Testi

Değişkenler arası ko-entegre ilişkisi incelendikten sonra, nedensellik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla ko-entegre olmayan değişkenler için Granger nedensellik testi, ko-entegre olan değişkenler içinse hata düzeltme modeli kullanılmıştır.

Uzun dönem ilişkisi içinde bulunmayan değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmak amacıyla tahmin edilen ve Granger (1969) tarafından oluşturulan analiz, X ve Y gibi iki kovaryans durağan değişken arasındaki ilişkinin (6) ve (7) numaralı denklemler tarafından temsil edildiğini varsaymaktadır.

$$Y_t = \beta + \sum_{i=1}^l \delta_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^r \lambda_i X_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (6)$$

$$X_t = \beta + \sum_{i=1}^k \psi_i X_{t-i} + \sum_{i=1}^s \phi_i Y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (7)$$

(6) ve (7) numaralı denklemlerde; Y ve X: nedensel ilişkinin araştırıldığı değişkenleri, $\beta, \delta, \lambda, \psi$ ve ϕ : sabit ve katsayıları, l, r, k ve s: ilgili değişkene ait gecikme uzunluklarını ve ε_1 ile ε_2 : hata terimlerini temsil etmektedir. Yukarıdaki modellerde nedensel ilişkiler belirlenmesi için (6) numaralı modelde $\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve (7) numaralı modelde $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$ hipotezlerinin test edilmesi gerekir. Bu hipotezleri test etmek içinse F testi veya Wald (χ^2) testi kullanılmaktadır.

Yukarıdaki (6) ve (7) numaralı denklemlerinin birlikte ele alınması durumunda nedensel ilişki aşağıda belirtilen dört şekilde oluşabilir;

1. Eğer (6) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^r \lambda_i \neq 0$ ve (7) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$ ise X'den Y'ye doğru tek yönlü nedensel ilişkinin olduğu ifade edilir (\rightarrow ; nedensel ilişkinin yönünü göstermek üzere, $X \rightarrow Y$).
2. Tersine durumda, eğer (6) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve (7) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^s \phi_i \neq 0$ ise Y'den X'e doğru tek yönlü nedensel ilişkinin olduğu söylenir ($Y \rightarrow X$).

3. Eğer (6) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^r \lambda_i \neq 0$ ve (7) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^s \phi_i \neq 0$ ise karşılıklı (çift yönlü) nedensel ilişkiden bahsedilir ($X \leftrightarrow Y$).

4. Eğer (6) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve (7) numaralı denklemde $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$ ise değişkenler arasında nedensel ilişki söz konusu değildir (Gujarati, 2001, s.621-622).

Granger (1988), ko-entegre olan değişkenler arasındaki nedensel ilişkinin Standart Granger (1969) nedensellik testiyle gerçekleştirilmesinin sakıncalı olacağını belirtmiştir. Ko-entegre değişkenler arasındaki nedensel ilişkinin standart yöntemle araştırılması modelde yanlış spesifikasyon yapılmasına (hata düzeltme teriminin dahil edilemediği için) ve orijinal seride var olan bilgilerin kaybolmasına (değişkenlerin farkının alınması suretiyle) neden olmaktadır (Taban, 2004: 5). Bu nedenle uzun dönem ilişki içinde olan iki değişken arasındaki nedensel ilişkileri araştırmak amacıyla hata düzeltme modeli tahmin edilmiştir. (4) numaralı denklemde gösterilen n değişkenli hata düzeltme modelinde, $\Pi = \alpha\beta'$ şeklinde çarpanlarına ayrılabilir. Burada α nx1 boyutundaki hata düzeltme parametre vektörünü ve β nx1 boyutundaki ko-entegre vektörlerini ifade eder. Çalışmada değişken ikilileri (X ve Y) arasındaki ko-entegrasyon ilişkisi araştırıldığından dolayı ko-entegrasyon vektör sayısı en fazla birdir. Ko-entegre vektörünün X'e göre normalleştirilmesiyle (4) numaradaki n boyutlu hata düzeltme modelinin iki değişkenli versiyonu (8) ve (9) numaralı denklemler vasıtasıyla gösterilebilir (Charemza and Deadman, 1997: 174).

$$\Delta Y_t = \beta + \alpha_{11}(X_{t-1} - \gamma_{12}Y_{t-1}) + \sum_{i=1}^l \delta_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=1}^r \lambda_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (8)$$

$$\Delta X_t = \beta + \alpha_{12}(X_{t-1} - \gamma_{12}Y_{t-1}) + \sum_{i=1}^k \psi_i \Delta X_{t-i} + \sum_{i=1}^s \phi_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_{2t} \quad (9)$$

Hata düzeltme modelinde nedensel ilişkiler belirlenmesi için (8) numaralı modelde $\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve $\alpha_{11} = 0$, (9) numaralı modelde $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$ ve $\alpha_{12} = 0$ hipotezlerin test edilmesi gerekir. Bu hipotezlerden, $\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$ için F testi veya Wald (χ^2) testi, $\alpha_{11} = 0$ ve $\alpha_{12} = 0$ içinse t testi uygulanır.

Literatürde yukarıda ifade edilen bu iki test kısa dönem Granger nedensellik testi ve uzun dönem Granger nedensellik testi olarak adlandırılmıştır. Örneğin, Masih ve Masih (1996) gecikme parametrelerinin testini ($\sum_{i=1}^r \lambda_i = 0$ ve $\sum_{i=1}^s \phi_i = 0$) kısa dönem nedensel etkinin, hata düzeltme terimlerinin testini ($\alpha_{11} = 0$ ve $\alpha_{12} = 0$) ise uzun dönem nedensel etkinin göstergesi olarak yorumlamıştır (Khan, 2004: 10).

4. BULGULAR

4.1. Durağanlık Analizi

Çalışmada kullanılan değişkenlerin birim kök taşıyıp taşımadıkları genişletilmiş Dickey Fuller birim kök testi vasıtasıyla belirlenmiştir. Değişkenlerin seviyelerine ve birinci devresel farklarına ait genişletilmiş Dickey-Fuller birim kök testi sonuçları Tablo 1’de sunulmuştur. Tablodan görüldüğü üzere, sabitli ve trendli ADF versiyonundan elde edilen bulgular, bütçe harcamalarının ve vergi gelirlerinden servet vergisi dışındaki vergilerin seviyelerinde 0.05 önem düzeyinde birim kök taşıdığını göstermiştir. Servet vergisi ise 0.05 önem düzeyinde birim kök taşımamış, diğer bir ifadeyle durağan tespit edilmiştir. Seviyelerinde birim kök taşıyan değişkenlerin birinci farklarının kullanıldığı ADF testinden elde edilen bulgular ise tüm değişkenlerin 0.05 önem düzeyinde durağan olduğu yönündedir.

Tablo-2: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Seviyesinde (ADF-t)		Birinci Farkında (ADF-t)	
	Sabitli	Trendli	Sabitli	Trendli
BH	-1,518 [2]	-2,129 [1]	-4,771[0]	-4,675 [0]
TV	1,276 [1]	-0,589 [1]	-6,239 [0]	-7,816 [0]
DSV	-2,119 [0]	-2,082 [0]	-5,831 [0]	-5,716 [0]
GV	-1,978 [0]	-1,967 [0]	-5,266 [0]	-5,162 [0]
KV	-1,325 [0]	-2,119 [0]	-5,361 [0]	-5,267 [0]
SV	-3,975 [0]	-5,091 [0]	---	---
DV	2,364 [1]	-0,768 [1]	-4,788 [0]	-8,735 [0]
MHV	2,510 [1]	-0,319[1]	-4,762 [0]	-7,693 [0]
DTV	-0,529 [0]	-1,950 [0]	-5,727 [0]	-6,827 [0]

Not:Tabloda köşeli parantez içinde verilen değerler Akaike bilgi kriteri vasıtasıyla belirlenen bağımlı değişken gecikme uzunluklarını göstermektedir. Ayrıca %5 anlamlılık seviyesindeki tablo kritik değerleri yaklaşık olarak sabitli model için -2.96 ve trendli ve sabitli model için -3.58’dir.

4.2. Ko-entegrasyon Analizi

Bütçe harcamasının ve servet vergisi dışındaki vergi gelirlerinin birinci farkında durağan olması nedeniyle, bütçe harcaması ile vergi gelirleri ikileri arasındaki uzun dönem ilişkileri araştırılmıştır. Bu iki grup değişken arasındaki uzun dönem ilişkileri tespit etmek amacıyla Johansen Ko-entegrasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Gecikmelerin tespiti için oluşturulan VAR modeline ve ko-entegrasyon denkleminde deterministik değişken olarak sadece sabit terim katılmıştır.¹ Tablo 3’de verilen Johansen Ko-entegrasyon testi iz (trace) istatistiklerine göre toplam vergi gelirleri ile bütçe harcaması, dolaylı vergiler ile bütçe harcaması ve mal ve hizmet vergisi ile bütçe harcaması ikilileri arasında uzun dönem ilişkinin olduğu görülmektedir. Diğer taraftan bütçe harcaması ile dolaysız vergi gelirleri grubunun tamamı ve bütçe harcaması ile dolaylı vergi gelirlerinden dış ticaret vergi geliri ikilileri arasında ise uzun dönem ilişki tespit edilememiştir.

Tablo-3: Johansen Ko-entegrasyon Testi Sonuçları

Değişken İkili	p	r = 0	r ≤ 1
BH,TV	4	16,52	3,21
BH,DSV	1	5,60	1,31
BH,GV	1	5,46	1,19
BH,KV	1	10,97	1,19
BH,DV	1	17,56	0,48
BH,MHV	1	22,12	0,78
BH, DTV	1	9,30	0,99

Not: p, Akaike bilgi kriteri vasıtasıyla VAR modelinde tespit edilen optimal gecikme sayısını göstermektedir. Ayrıca r=0 için %5 anlamlılık seviyesindeki tablo kritik değeri 15.41 ve r≤1 için %5 anlamlılık seviyesindeki tablo kritik değeri 3.76’dir.

4.3. Nedensellik Analizi Sonuçları

Uzun dönem ilişkinin bulunmadığı bütçe harcaması ile vergi geliri ikilileri arasındaki nedensel ilişkileri tespit etmek amacıyla tahmin edilen sabit terimli Granger nedensellik testi sonuçları Tablo 4’de sunulmuştur. Elde edilen bulgular toplam dolaysız vergi gelirleri, gelir vergisi gelirleri ve dış ticaret vergisi gelirleri ile bütçe harcamaları ikilileri arasında nedensel bir ilişkinin olmadığını göstermiştir. Diğer taraftan, kurumlar vergisi ile bütçe harcamaları arasında kurumlar vergisinden bütçe harcamalarına doğru, servet vergisi ile bütçe harcamaları arasında servet vergisinden bütçe harcamalarına doğru tek yönlü bir nedensel ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca hiçbir modelde ardışık bağıntı problemine rastlanmamıştır.

Tablo-4: Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	m	F-Testi	Karar
$\Delta BH \rightarrow \Delta DSV$	1	0,0731	Hayır
$\Delta DSV \rightarrow \Delta BH$	1	$5,09 \times 10^{-5}$	Hayır
$\Delta BH \rightarrow \Delta GV$	1	1,0456	Hayır
$\Delta GV \rightarrow \Delta BH$	1	0,3893	Hayır
$\Delta BH \rightarrow \Delta KV$	2	0,7822	Hayır
$\Delta KV \rightarrow \Delta BH$	3	2,3260***	Evet
$\Delta BH \rightarrow \Delta SV$	1	1,7581	Hayır
$\Delta SV \rightarrow \Delta BH$	1	3,3319***	Evet
$\Delta BH \rightarrow \Delta DTV$	1	0,3667	Hayır
$\Delta DTV \rightarrow \Delta BH$	1	0,7107	Hayır

Not: Tabloda verilen m (modellerde r veya s olarak ifade edilen) açıklayıcı değişken gecikme uzunluğu sayısını, *** simgesi ilgili istatistiğin %10 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu, \rightarrow nedensel ilişkinin yönünün, F-testi açıklayıcı değişken gecikme veya gecikmelerini bir bütün olarak sıfır olduğunu ifade eden boş hipotez için elde edilen F istatistiğini göstermektedir.

Uzun dönem ilişkinin tespit edildiği toplam vergi gelirleri ile bütçe harcaması, dolaylı vergiler ile bütçe harcaması ve mal ve hizmet vergisi ile bütçe harcaması ikilileri arasındaki nedensel ilişkileri tespit etmek amacıyla hata düzeltme modeli tahmin edilmiştir. Yöntem bölümünde de yinelendiği gibi ko-entegrasyon analizi çerçevesinde nedensellik analizi kısa dönem ve uzun dönem ayırımına göre yapılmıştır. Tablo 5’de verilen sonuçlar, toplam vergi gelirleri ile bütçe harcaması ve dolaylı vergiler ile bütçe harcaması arasında bütçe harcamasından dolaylı vergilere doğru tek yönlü uzun dönem nedensel ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bu ilişki ilgili denklemdeki hata düzeltme katsayısının en az 0.05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı tespit edilmesinden kaynaklanmaktadır. Mal ve hizmet vergisi ile bütçe harcamaları arasındaki ise hem kısa dönem nedensel ilişki hem de uzun dönem nedensel ilişki tespit edilmiştir. Uzun dönem nedensel ilişki hata düzeltme katsayısının 0.01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olmasından, kısa dönem nedensel ilişki ise ilgili denklemde Akaike bilgi kriterine göre tespit edilen bütçe harcaması gecikmesinin 0.05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu gösteren Wald (χ^2) testi sonuçlarından görülmektedir.

Tablo-5: Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	m	χ^2 testi	HDK	Karar
$\Delta BH \rightarrow \Delta TV$	2	0,3616	2,3473**	Evet
$\Delta TV \rightarrow \Delta BH$	2	0,7022	-1,2712	Hayır
$\Delta BH \rightarrow \Delta DV$	1	1,4500	3,8253*	Evet
$\Delta DV \rightarrow \Delta BH$	1	0,0795	-1,0169	Hayır
$\Delta BH \rightarrow \Delta MHV$	1	3,9546**	4,5309*	Evet
$\Delta MHV \rightarrow \Delta BH$	1	0,2733	-0,4489	Hayır

Not: Tabloda verile m, (modellerde r veya s olarak ifade edilen) açıklayıcı değişken gecikme uzunluğu sayısını, *,** simgeleri ilgili istatistiğin sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu, \rightarrow nedensel ilişkinin yönünün, χ^2 (ki-kare) testi açıklayıcı değişken gecikme veya gecikmelerini bir bütün olarak sıfır olduğunu ifade eden boş hipotez için elde edilen χ^2 istatistiğini ve HDK hata düzeltme terimine ait t istatistiğinin göstermektedir.

Sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki bulgular ön plana çıkmaktadır. (1) Toplam vergi gelirleri açısından bakıldığında Türkiye ekonomisi için bütçe harcamalarının toplam vergi gelirlerine uzun dönemde neden olduğu görülmüştür. Harcama–vergi teorisini destekleyen bu bulgu Türkiye ekonomisi için daha önce yapılan çalışmalarla da tutarlıdır. (2) Toplam vergi gelirlerinin dolaylı ve dolaysız vergi geliri şeklinde ayrımıyla bütçe harcaması ikilileri arasındaki ilişki incelendiğinde ise sonuçların farklılaştığı görülmüştür. Bu durumda harcama–vergi teorisi yaklaşımı sadece dolaylı vergi gelirleri açısından geçerli bulunmuştur. Dolaysız vergi gelirleri açısından ise anlamlı bir nedensel ilişki tespit edilememiştir. (3) En alt bileşende ilişkiler incelendiğinde ise mal ve hizmet vergisi açısından harcama–vergi teorisinin geçerli olduğu, servet ve kurumlar vergisi açısından ise vergi–harcama teorisinin geçerli olduğu ortaya çıkmıştır. Dış ticaret vergisi ile bütçe harcaması ve gelir vergisi ile bütçe harcamaları ikilileri arasında ise nedensel bir ilişki tespit edilememiştir.²

Yukarıdaki bulgular değerlendirildiğinde, Türkiye ekonomisi açısından bütçe harcamalarındaki artışın vergi gelirlerindeki artışla finanse edildiği bulgusu desteklenmektedir. Ancak, bulgular finansmanın daha çok dolaylı vergilerle yapıldığını göstermektedir. Bu sonuç, dolaylı ve dolaysız vergi ayrımıyla elde edilen analizlerden ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, dolaylı vergilerin en önemli bölümünü oluşturan mal ve hizmet vergisinin bütçe harcamasının bir sonucu olması ve dolaysız vergilerin en önemli kalemi olan gelir vergisi ile bütçe harcaması arasında bir neden-sonuç ilişkisinin

oluşmaması da yukarıdaki bulguyu desteklemektedir. Türkiye ekonomisinde vergi aldanımının geçerli olduğunu gösteren bu durum, hükümetlerin artan bütçe harcamalarını finanse etmek amacıyla daha çok dolaylı vergileri kullandığını ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kamu harcamaları ile vergi gelirleri arasındaki ilişkileri inceleyen oldukça geniş bir literatür bulunmaktadır. Bütçe gelirlerinin en büyük bileşeni olan vergi gelirleri ile bütçe harcamalarının siyasi otoriteler tarafından değiştirilebilir olması, söz konusu ilişkinin yönü konusundaki teorik yaklaşımları da çeşitlendirmiştir. Bu teorik yaklaşımlar içerisinde harcama-vergi teorisinin Türkiye açısından öne çıktığı görülmektedir. Bu teori, bütçe harcamalarındaki artışın vergi gelirlerindeki artışla karşılandığını savunmakta, bir anlamda vergi yükünün artmasında kamu harcamalarındaki artışın önemli bir etken olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada, Türkiye ekonomisi için, yukarıda ifade edilen teorik yaklaşımlar çerçevesinde, vergi gelirleriyle bütçe harcamaları arasındaki nedensel ilişkiler araştırılmıştır. Ayrıca analizde vergi gelirleri dolaylı ve dolaysız bileşenlerine ayrılarak ilişkinin alt düzeyde incelenmesi sağlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir: (1) Toplam vergi gelirleri ile bütçe harcamaları arasındaki ilişkinin bütçe harcamalarından vergi gelirlerine doğru olduğunu savunan harcama-vergi teorisinin Türkiye ekonomisi için geçerli olduğu tespit edilmiştir. (2) Vergi gelirlerinin alt bileşenlerine inildiğinde, harcama-vergi teorisinin dolaylı vergiler açısından geçerli olduğu, dolaysız vergiler açısından ise geçerli olmadığı görülmüştür. (3) Vergi gelirlerinin daha alt bileşenlerinde ise, özellikle mal ve hizmet vergisi ile bütçe harcamaları arasında harcama-vergi teorisinin tutarlı bulunması ve gelir vergisi ile bütçe harcaması arasında bir neden-sonuç ilişkisinin tespit edilememesi dikkat çeken bulgular arasındadır. Sonuç olarak, ele alınan dönemde bütçe harcamalarının daha çok dolaylı vergi gelirleri ile finanse edildiği ve Türkiye ekonomisinde vergi aldanımını içeren bir mali aldanmanın söz konusu olduğu genel bulgusu ortaya çıkmıştır.

Bütçe harcamalarındaki artışların dolaylı vergilerdeki artışla karşılanmasının ekonomik ve sosyal bir takım sonuçlar doğurabileceği ifade edilebilir. Bu sonuçlardan en önemlisi hiç kuşkusuz, dolaylı ve stopaja dayalı vergi gelirlerini yükseltmek amacıyla uygulanacak politikaların vergi adaletsizliğine dayalı olarak gelir dağılımındaki eşitsizliği daha da artırmasıdır. Bir diğer sonuç, Türkiye’de istihdam üzerindeki vergi kalemlerinin ve diğer yasal kesintilerin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Yerli firmaların son

ürün maliyetlerinin artmasını sağlayan bu durum, yabancı firmalara göre yerli firmaları rekabette dezavantajlı bir duruma düşürmektedir. Bu bağlamda, yerli firmaların yüksek maliyetten kaçınmak amacıyla kayıt dışı istihdama yönelmesi kayıt dışılığı artırmakta ve vergi geliri kayıplarının oluşmasını neden olmaktadır.

Yukarıda ifade edilen sorunlar ışığında, bütçe harcamalarının finansmanında daha çok dolaysız vergilere yer verilmesi ve dolaysız vergiler içerisinde stopaja dayalı gelir vergisi paylarının azaltılarak beyana tabi gelir vergisinin artırılması bir çözüm önerisi olarak ortaya atılabilir. Ancak, olaya ekonomik büyüme boyutundan bakıldığında farklı bir boyut ortaya çıkmaktadır. Literatürde genel kabul gören yaklaşım, dolaysız vergi kalemlerindeki artışların ekonomik büyümeye olumsuz etkilerinin olduğu, diğer taraftan dolaylı vergilerin aynı etkiyi doğurmadığı yönündedir. Bu nedenle, ekonomik büyümenin teşvik edilmesi amacıyla bütçe finansmanında dolaylı ve stopaja dayalı vergilerin kullanılması daha çok tercih edilmektedir. Bu çerçevede vergi politikasının, bütçe harcamalarının finansmanından öte ekonomik amaçların sağlanmasına da hizmet ettiği dikkate alınmalıdır.

NOTLAR

¹ Gecikmelerin tespiti için oluşturulan VAR modellerinin hiçbirinde birinci derece ardışık bağıntı problemine rastlanmamıştır. Sonuçlar Tablo Ek1’de sunulmuştur.

Tablo Ek1: Ko-entegrasyon Testinde Gecikmelerin Tespiti için Tahmin edilen VAR Modellerinin Birinci Derece Ardışık Bağıntı Sınaması

Değişken İkili	LM(1)
BH,TV	6.131 (0.18)
BH,DSV	0.757 (0.94)
BH,GV	2.249 (0.68)
BH,KV	4.212 (0.37)
BH,DV	3.755 (0.44)
BH,MHV	6.353 (0.17)
BH, DTV	1.799 (0.77)

Not: LM(1) Birinci derece otokorolasyon testi için tahmin edilen Lagrange çarpan testinden elde edilen istatistikleri (gözlem sayısı x determinasyon katsayısı), parantez içi değerler ise LM(1) istatistiklerinin ki-kare dağılımına göre anlamlılıklarını göstermektedir.

² Dolaylı vergilerin alt bileşenlerinden olan dış ticaret vergisinin bütçe harcamalarının finansmanında kullanılmaması beklenen bir sonuçtur. 1996 yılında, Türkiye’nin dış ticaretin büyük bir bölümünü kapsayan Avrupa birliği ülkeleriyle gümrük birliği anlaşmasını imzalamış olması, bu tarihten sonra Türkiye’nin bu ülkelerle arasındaki dış

ticaret vergilerini tek taraflı olarak belirleyememesi sonucunu doğurmuştur. Bu nedenle 1996 yılından itibaren bütçe harcamasını finanse etmek amacıyla dış ticaret kapsamındaki malların sayısının ve vergi oranlarının artırılması pek mümkün olmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ahiakpor, J. C. W. and S. Amirkhalkhali (1989) "On the Difficulty of Eliminating Deficits with Higher Taxes: Some Canadian Evidence", **Southern Economic Journal**, 56, 24-31.
- Akçoraoğlu, A. (1999) "Kamu Harcamaları, Kamu Gelirleri ve Keynesçi Politikalar: Bir Nedensellik Analizi", **Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 2, 51-65.
- Anderson, W., M. S. Wallace and J. T. Warner (1986) "Government Spending and Taxation: What Causes What?", **Southern Economic Journal**, 52, 630-639.
- Baghestani, H. and R. Mcnown (1994) "Do Revenues or Expenditures Respond to Budgetary Disequilibria?", **Southern Economic Journal**, 61, 311-322.
- Baker, S.H. (1983) "The Determinants of Median Voter Tax Liability: An Empirical Test of the Fiscal Illusion Hypothesis", **Public Finance Quarterly**, 11, 95-108.
- Barro, R. J. (1974) "Are Government Bonds Net Wealth?", **Journal of Political Economy**, 82, 1095-1117.
- Bergstrom, T. C. and R. P. Goodman, (1973) "Private Demands for Public Goods", **American Economic Review**, 63, 280-296.
- Breeden, C. H. and W. J. Hunter, (1985) "Tax Revenue and Tax Structure", **Public Finance Quarterly**, 13, 216-224.
- Buchanan, J. and R. Wagner (1978) "Dialogues Concerning Fiscal Religion", **Journal of Monetary Economics**, 4, 627-636.
- Charemza, W. W. and D. Deadman (1997) **New Directions in Econometric Practise**, (2nd ed.), Cheltenham: Edward Elgar Inc.
- Cheng, S. B. (1999) "Causality Between Taxes and Expenditures: Evidence from Latin American Countries", **Journal of Economics and Finance**, 23, 184-192.
- Craig, E. D. and Heins, A.J. (1980) "The Effect of Tax Elasticity on Public Spending", **Public Choice**, 33, 267-275.
- Darrat, A. F. (1998) "Tax and Spend, or Spend and Tax? An Inquiry into the Turkish Budgetary Process", **Southern Economic Journal**, 64, 940-956.

- Dickey, D. A. and W. A. Fuller (1979) "Distribution of the Estimators for Autoregressive Series with a Unit Root", **Journal of the American Statistical Association**, 74, 427-431.
- Dickey, D. A. and W. A. Fuller (1981) "Likelihood Ratio Statistics For Autogressive Time Series with a Unit Root", **Econometrica**, 49, 1052-1072.
- Dollery, E. B. and A. C. Worthington (1996), " The Empirical Analysis of Fiscal Illusion", **Journal of Economic Surveys**, 10 (3), 261-297.
- Enders, W. (2004) **Applied Econometric Time Series**, New York: John Willey & Sons Inc.
- Ewing, B. T. and J. Payne (1998) "Government Revenue-Expenditure Nexus: Evidence from Latin America", **Journal of Economic Development**, 23(2), 57-69.
- Friedman, M. (1978) "The Limitation of Tax Limitation", **Policy Review**, 5, 7-14.
- Granger, C. W. J. (1969) "Investigating Casual Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods", **Econometrica**, 137, 424-438.
- Granger, C. W. J. (1988) "Some Recent Developments in a Concept of Causality", **Journal of Econometrics**, 39, 199-211.
- Gujarati, D.N. (2001) **Temel Ekonometri**, (2nci Baskı), İstanbul: Literatür Yayınları.
- Günaydın, İ. (2004) "Gelir veya Harcama Ayarlamaları Yoluyla Bütçe Dengesi Sağlanabilir mi? Türkiye Örneği", **İktisat, İşletme ve Finans Dergisi**, 19, 84-98.
- Hames, D. L. and D. T. Wills (1987), "Fiscal Illusion and the Grantor Government in Canada", **Economic Inquiry**, 25, 707-713.
- Hoover, K. D. and S. M. Sheffrin (1992) "Causation, Spending, and Taxes: Sand in the Sandbox or Tax Collector for the Welfare State?", **American Economic Review**, 82, 225-248.
- Hussain, M. H. (2005) "On the Causal Realationship between Government Expenditure and Tax Revenue in Pakistan",
<http://129.3.20.41/eps/mac/papers/0509/0509014.pdf>.
- Johansen, S. (1995) **Likelihood Based Inference in Cointegrated Vector Autoregressive Models**, Oxford: Oxford University Press.
- Jones, J. D. and D. Joufaian (1991) "Federal Government Expenditures and Revenues in the Early Years of the American Republic: Evidence from 1792 to 1860", **Journal of Macroeconomics**, 13, 133-155.

- Kirchgässner, G. and S. Prohl (2006) "Causality between Expenditures and Revenues: Empirical Evidence from Switzerland", http://congress.utu.fi/epcs2006/docs/C4_prohl.pdf.
- Khan M. H. (2004), "Defence Expenditure and Macroeconomic Stabilization: Causality Evidence from Pakistan", **State Bank of Pakistan Working Papers**, 2.
- Li, X. (2001) "Government Revenue, Government Expenditure, and Temporal Causality: Evidence From China", **Applied Economics**, 33, 485-497.
- Logan, R. R. (1986) "Fiscal Illusion and the Grantor Government", **Journal of Political Economy**, 44, 1304-1318.
- Lovell, M. C. (1978) "Spending for Education: The Exercise of Public Choice", **The Review of Economics and Statistics**, 60, 487-495.
- Manage, N. and M. L. Marlow (1986) "The Causal Relation between Federal Expenditures and Receipts", **Southern Economic Journal**, 52, 617-629.
- Masih, R. and Masih, A. M. M. (1996) "Macroeconomic Activity Dynamics and Granger Causality: new Evidence Based on Small Developing Economy Based on a Vector Error-Correction Modeling Analysis" **Economic Modeling**, 13, 407-426.
- Mill, J. S. (1848/1994) **Principles of Political Economy**, Oxford: Oxford University Press.
- Miller, S. M. and F. S. Russek (1990) "Co-Integration and Error-Correction Models: The Temporal Causality between Government Taxes and Spending", **Southern Economic Journal**, 57, 221-229.
- Misiolek, W. S. and H. W. Elder, (1988) "Tax Structure and the Size of Government : An Empirical Analysis of the Fiscal Illusion and Fiscal Stress Arguments", **Public Choice**, 57, 233-245.
- Nacar, B. (2005) "Yerel Yönetimlerin Mali Krizi Üzerine Kuramsal Açıklamalar: Nedenler, Öneriler ve Bir Değerlendirme", **Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 9, 202-247.
- Oates, W. E. (1975), "Automatic Increases in Tax Revenues-The Effect on the Size of the Public Budget", in W.E. Oates (ed.) **Financing the New Federalism: Revenue Sharing Conditional Grants and Taxation**, Baltimore: John Hopkins University Press.

- Owoye, O. (1995) “The Causal Relationship Between Taxes and Expenditures in the G7 Countries: Cointegration and Error-Correction Models”, **Applied Economics Letters**, 2, 19-22.
- Peacock, A. and J. Wiseman (1979) “Approaches to the Analysis of Government Expenditures Growth”, **Public Finance Quarterly**, 7, 3-23.
- Taban S. (2004) “Türkiye’de Sağlık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi:Nedensellik Testi”, **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/01-01.pdf>.
- Terzi, H. ve S. Oltulular (2006) “Harcama–Vergi Geliri Hipotezi: Türkiye Örneği”, **Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 20(2), 1-18.
- Von Furstenberg, M. G., J. Green and J. H. Jeong (1986) “Tax and Spend or Spend and Tax?”, **The Review of Economics and Statistics**, 2, 179-188.
- Wagner, R. E. (1976) “Revenue Structure, Fiscal Illusion and Budgetary Choice”, **Public Choice**, 25, 45-61.

YABANCI SERMAYE AKIMLARI VE EKONOMİK BÜYÜME: BİR LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Timur Han GÜR*
Oktay Salih AKBAY**

Öz

Gelişmekte olan ülkelere yönelik yabancı sermaye akımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini araştıran çok sayıda ampirik çalışma yapılmıştır. Bu literatür çalışmasında ise, yabancı doğrudan yatırımlar konusuna özel bir ağırlık verilmek suretiyle, yabancı sermaye akımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri konusunda yapılmış bazı seçilmiş ampirik çalışmaların gözden geçirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmaların incelenmesiyle ortaya çıkan en önemli bulgu, kullanılan yöntemlerin ve ele alınan dönemlerin farklılığı nedeniyle çalışma sonuçlarının büyük ölçüde farklılık gösterdiği'dir. Bununla birlikte, yabancı doğrudan yatırımların diğer sermaye akımı çeşitlerine göre, ekonomik büyüme ile pozitif ve güçlü bir ilişki içinde bulunduğu yönünde ortak bulgular sözkonusudur.

Anahtar Sözcükler: Sermaye akımları, ekonomik büyüme, yabancı doğrudan yatırımlar.

Abstract

Foreign Capital Flows and Economic Growth: A Literature Survey"

A large number of empirical studies have been devoted to the effects of the foreign capital flows on economic growth in developing countries. This survey intends to review some selected empirical studies on the growth effects of capital flows with a special attention given to foreign direct investment. One of the important results obtained from this literature survey is that the findings of many researches have largely been controversial due to the different empirical approaches and the time periods used in them. However, a general tendency found in the literature that foreign direct investments compared to other types of capital flows, are positively and more strongly correlated with economic growth.

Keywords: Capital flows, economic growth, foreign direct investment.

*Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisat Bölümü, 06800, Beytepe/ANKARA,
timurgur@hacettepe.edu.tr

**Arş. Gör. Dr., Niğde Üniversitesi, İktisat Bölümü, 51100, Kampüs/NİĞDE,
oakbay@nigde.edu.tr

GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme çabalarında karşı karşıya oldukları önemli engellerden birisi, iç tasarruf artışının yetersiz kalmasıdır. Bu durumda getirilebilecek bir öneri, gelişmekte olan ülkelerin finansal serbestleşme programları ile dışa açılması ve dış tasarruflardan daha fazla faydalanmasıdır. Böylece içsel tasarruflar sermaye birikiminin tek kaynağı olmaktan çıkmakta ve ülkeye gelen yabancı sermaye akımları sonucunda yurtiçi yatırımlar artmaktadır.

Yabancı sermaye genellikle üç ana kategori altında ülkeye giriş yapmaktadır; (i) yabancı doğrudan yatırımlar, (ii) portföy yatırımları ve (iii) diğer yatırımlar. Yabancı doğrudan yatırımlar, yabancıların yeni tesis kurmak, mevcut bir tesisi satın almak veya şube açmak amacıyla yurtdışından getirdikleri veya yurtiçinde kendi yarattıkları kaynaklardan oluşmaktadır¹. Portföy yatırımları kategorisi, hisse senedi, bono ve tahvil alımlarını ifade etmektedir. Diğer yatırımlar ise, banka kredileri, Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (WB) gibi kuruluşlardan alınan kredilerin yanısıra, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere yönelik dış yardımlar ve hükümet kredileri gibi unsurları kapsamaktadır.

Yabancı sermaye akımlarının gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerindeki rolü konusu akademik dünyada oldukça tartışmalıdır. Konu ile ilgili çalışmalar 1950'li yıllara kadar geriye gitmektedir. Örneğin, Bauer ve Yamey (1957)'e göre dış yardımlar dışındaki yabancı yatırımlar, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümelerine faydalıdır. Dış yardımlar ise, gelişmekte olan ülkeleredeki kamu sektörünün büyümesine, savunma harcamalarının artmasına ve "siyasi polis" olarak adlandırılan bir yapının genişlemesine yol açarak ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etkide bulunmaktadır. Chenery ve Strout (1966) ise, yabancı sermaye akımlarının ister özel yabancı yatırım isterse dış yardım şeklinde olsun gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme oranları üzerinde her zaman olumlu etkisinin olduğunu öne sürmüşlerdir. "Geleneksel görüş" olarak adlandırabileceğimiz ve her çeşit yabancı sermaye akımının mevcut sermaye stokuna bir ilave olarak ekonomik büyümeyi hızlandırdığı şeklinde özetlenebilecek bu görüş, 90'lı yıllara kadar genel kabul görmüştür. Bununla birlikte, yabancı sermaye akımlarının gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerinde olumsuz etkide buldukları görüşünün de özellikle sol eğilimli kesimlerde taraftar bulduğu görülmektedir. Örneğin Griffin ve Enos (1970)'a göre, yabancı sermaye girişleri gelişmekte olan ülkelereki tasarruf eğilimini azaltmakta, dolayısıyla sermaye birikimini ve ekonomik büyümeyi engellemektedir.

Geleneksel görüşe bağlı olarak sermaye açıklarını yabancı sermaye yoluyla gidererek hızlı büyüme yolunu tercih eden çoğu gelişmekte olan ülke, bu sürecin sonunda kendisini ağır bir dış borç yükü altında ve geri ödeme problemleri ile karşı karşıya bulmuştur (Waheed, 2004). Yabancı sermaye girişlerinin gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini istikrarsızlaştırdığı görüşü giderek daha fazla taraftar bulmaya başlamıştır. Bu durum ise yabancı sermaye akımlarının fayda ve zararlarının yeniden sorgulanmasına ve sermaye hareketleri üzerindeki kontrollerin gerekliliği konusunda bir takım yeni görüşlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Sonuçta, yabancı sermaye hareketleri ve ekonomik büyüme ilişkisi konusunda son derece zengin bir literatür ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada gelişmekte olan ülkeler açısından yabancı sermaye akımları ve ekonomik büyüme konusunda yapılan başlıca çalışmalar özetlenmeye çalışılmaktadır. Çalışma dört bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde, yabancı sermaye akımları ve ekonomik büyüme konusunda yapılan başlıca ampirik çalışmalar kısaca gözden geçirilmekte ve bu şekilde genel bir çerçeve çizilmektedir. İkinci bölümde, yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme konusunda yapılan ampirik çalışmalar ele alınmaktadır. Üçüncü bölümde, yabancı doğrudan yatırımların teknoloji transferi ve verimlilik yoluyla ekonomik büyüme üzerindeki rolü ele alınmıştır. Sonuç bölümü ise genel değerlendirme ve önerilere ayrılmıştır. Çalışmada, yabancı doğrudan yatırımlar konusunda yapılan ampirik çalışmalara özel bir ağırlık verilmiştir. Bunun nedeni, yabancı sermaye akımlarının gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerindeki etkisi konusunda yapılan çalışmalarda, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme ile en fazla pozitif korelasyon gösteren sermaye akımı çeşidi olarak karşımıza çıkmasıdır.

1. YABANCI SERMAYE AKIMLARI VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Yabancı sermaye akımlarının gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme oranları üzerindeki etkileri konusundaki öncü çalışmalardan birisi Papanek (1973)'in ampirik çalışmasıdır. Papanek (1973) sözkonusu çalışmasında yabancı sermaye akımlarını, dış yardım, özel yabancı yatırım ve diğer sermaye akımları olmak üzere üç ana kategoriye ayırmıştır. 1950-60 dönemi için 34 ve 1960-70 dönemi içinse 51 ülkenin verilerinin kullanıldığı çalışmanın sonucunda yabancı sermaye girişleri ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve belirgin bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, dış yardımların ekonomik büyümeye etkisi diğer sermaye akımı çeşitlerine oranla daha yüksek çıkmıştır. Papanek (1973), daha geniş bir örnekleme yapması, yabancı sermayeyi türlerine göre ayırması, bazı istatistiksel hatalardan kaçınması ve son olarak diğer

benzer çalışmalardan daha fazla sayıda değişken kullanması nedeniyle kendi çalışmasının bu konuda daha önce yapılan çalışmalardan daha güvenilir olduğunu öne sürmüştür. Bununla birlikte kendi çalışmasının da bir takım zayıflıklar taşıdığını ve bu nedenle elde edilen sonuçlara ihtiyatla yaklaşılmasını önermiştir.

Stoneman (1975), gelişmekte olan ülkeler için yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme ilişkisini test ettiği çalışmasında, yabancı sermayenin ödemeler dengesi üzerindeki etkisini ve ekonominin yapısı üzerindeki etkisini ayırtmıştır. Ödemeler dengesi üzerindeki etki, yabancı sermayenin daha yüksek veya düşük bir yatırım ve tüketime yol açması şeklinde kendisini hemen göstermektedir. Ekonominin yapısı üzerindeki etkisi ise, yabancı sermaye akımlarının ihracatı azaltması, sermaye-hasıla oranını değiştirmesi, gelir dağılımını etkilemesi gibi uzun dönemde ortaya çıkan etkidir. Çalışmada, 1955-70 dönemi için 188 ülkeye ait beşer yıllık ortalama veriler kullanılmıştır. Sonuçta, dış yardımlar, diğer sermaye girişleri ve içsel tasarruflar ile ekonomik büyüme arasında pozitif, ancak yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme arasında ise negatif ilişki elde edilmiştir.

Balassa (1978), belirli bir sanayileşme aşamasına sahip gelişmekte olan on ülke için ihracat ve ekonomik büyüme ilişkisini test etmiştir. Çalışmada test edilen ana hipotez, ihracata yönelik politikaların ithal ikameci politikalardan daha yüksek bir büyüme performansına yol açıp açmadığıdır. 1960-73 dönemi için gerçekleştirilen model tahmini sonucuna göre, yabancı sermaye akımı, içsel tasarruflardan sermaye formasyonu ve işgücü ile toplam çıktı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca yabancı sermayenin büyüme oranı üzerindeki etkisi yurtiçi sermayeye göre daha düşük çıkmıştır. Özetle Balassa (1978)'nin çalışmasında, ihracatın büyüme üzerindeki etkisinin, iç sermaye, dış sermaye ve işgücünün katkılarından çok daha fazla olduğu, bunun ise ihracata yönelik politikaların ithal ikameci politikalardan üstün olmasına bir kanıt teşkil ettiği ileri sürülmüştür.

Gulati (1978) çalışmasında, bütün gelişmekte olan ülkeleri homojen olarak ele alan anlayışa karşı çıkan Galbraith hipotezini test etmiştir. Bu amaçla 1960-70 dönemi için 38 gelişmekte olan ülke verileri kullanılarak yapılan çalışmada, gelişmekte olan ülkeler iki kategoriye ayrılmıştır. Birinci kategorideki ülkeler, kalkınmalarını yeterli fon bulunmaması nedeniyle gerçekleştiremeyen ve yabancı sermaye akımlarını en iyi biçimde kullanabilecek potansiyeli olan ülkelerdir. İkinci kategorideki ülkeler ise, belirli bir kültürel tabanının bulunmadığı veya elverişsiz sosyal yapı nedeniyle gelişemeyen ülkelerdir. Yapılan tahmin sonucunda, birinci grup ülkeler için tasarruflar ve yabancı sermaye akımlarının büyüme üzerinde belirgin pozitif etkisi bulunmuştur. İkinci gruptaki ülkeler için ise sözkonusu değişkenler

istatistiksel açıdan anlamlı çıkmamıştır. Sonuç olarak, başta Asya ülkeleri olmak üzere yabancı sermaye akımlarının sadece bazı gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümelerine yardımcı olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Mosley (1980) çalışmasında, yabancı sermaye akımlarını dış yardımlar ve diğer finansal akımlar olmak üzere ayırmıştır. 1969-77 dönemi için 83 ülke verileri ile TSLS metodunu kullanılarak yapılan tahmin sonucunda, diğer yabancı sermaye girişleri, dış yardımlar ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Ancak elde edilen katsayılar istatistiksel olarak anlamlı değildir. Sadece en fakir 30 ülke için dış yardımların ekonomik büyümeye etkisi pozitif bulunmuştur. Çalışma sonuçlarına göre, gelişmekte olan ülkelerin büyümelerinin ancak %4-25 arası kısmı içsel tasarruflar ve yabancı sermaye akımları tarafından açıklanabilmektedir. Mosley (1980)'e göre bu düşük açıklama gücü şaşırtıcı değildir, çünkü büyümeyi etkileyebilecek çok sayıda başka faktör söz konusudur.

Dowling ve Hiemenz (1983), dış yardım, içsel tasarruflar ve ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişkileri, 1968-79 dönemi için 52 Asya ülkesi verilerini kullanarak incelemiştir. OLS yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada, ekonomik büyüme ile içsel tasarruflar, dış yardımlar ve özel sermaye girişleri arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Daha sonra, bu açıklayıcı değişkenlerin yanına bazı politika değişkenleri ilave edilmiştir. Bu politika değişkenlerinin ayrı ayrı regresyon denkleminde sokulması standart değişkenler ve ekonomik büyüme arasında bulunan pozitif ilişkiyi değiştirmemiştir. Çalışmada, hızlı büyüyen Asya ülkelerinde dış yardımların etkin bir biçimde kullanıldığını ve daha liberal politikaların izlenmesinin ülkelerin büyüme performanslarını olumlu yönde etkileyebileceği ifade edilmektedir. Ancak yazarlar, izlenmesi gereken ekonomik politikalar konusunda kendi çalışmalarından öneriler çıkarılmasının çok doğru olmayacağını, bu tür politika önerilerinin yapılabilmesi için ülkeye özgü (country-specific) çalışmalar yapılması gerektiğini öne sürmüşlerdir.

Mosley, Hudson and Harell (1987) çalışmalarında, dış yardımların neden bazı ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerinde pozitif etkide bulunurken diğerleri için negatif veya nötr etkisinin olduğunu incelemişlerdir. Çalışmada, dış yardımın etkileri üç ayrı başlık altında incelenmektedir. İlki (doğrudan etki), yardımın parasal olarak belli projelere tahsis edilmesini ifade eden etkidir. İkinci etki (dolaylı etki), dış yardımın alıcı ülkenin harcama kalıpları ve politikaları üzerindeki etkisidir. Bu etkiye örnek olarak, hükümet tarafından ödenek ayrılan bir projenin sonradan dış yardım ile finanse edilmesi gösterilmektedir. Bu durumda, dış kaynak sağlanmasıyla ortaya çıkan bu fazla paranın kullanılması konusunda yapılacak tercihler, makroekonomik değişkenleri farklı şekillerde etkileyecektir. Üçüncü ve son etki ise dış yardımın

görelî fiyatları değiştirme yoluyla özel sektör üzerinde ortaya çıkarabileceği yan etkilerdir. Mosley, Hudson ve Harell (1987), 1960-83 dönemi için 81 ülke verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada, dış yardımlar ve ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. 1960'lı yıllarda bütün gelişmekte olan ülkeler için dış yardımlar ve büyüme arasında negatif ilişki sözkonusudur. 1970'li yıllar ve 1980'li yılların başları için sadece Asya ülkelerinin bulunduğu bazı alt kategorilerde pozitif ilişki tespit edilmiştir.

Gruben ve McLeod (1998), sermaye hareketlerinin gelişmekte olan ülkelerin büyüme oranları üzerindeki etkilerini, Latin Amerika ve Asya ülkelerinden oluşan toplam 18 ülke ve 1971-94 dönemi için incelemişlerdir. TSLS yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışma sonucunda, toplam dış borç servisinin dışındaki tüm açıklayıcı değişkenlerin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitif bulunmuştur. Sermaye hareketleri ve büyüme ilişkisi, Latin Amerika ülkelerinde Asya ülkelerinden daha güçlüdür. Çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç, Granger nedensellik testine göre sermaye hareketleri ve büyüme arasında iki yönlü bir nedenselliğin sözkonusu olduğudur. Bu sonuçlara dayanarak Gruben ve McLeod (1998), sermaye kontrollerinin sadece yabancı doğrudan yatırımlar için değil portföy yatırımları için bile uygulanmaması gerektiğini öne sürmektedirler. Oynak sermaye hareketleri makroekonomik açıdan bazı sorunlara yol açsa bile liberal politikaların izlenmesi daha doğru olacaktır.

Bailliu (2000)'nun 1975-95 dönemi ve 40 ülke panel verilerini kullanarak yaptığı çalışmanın sonucuna göre, sadece bankacılık sektörünün belirli bir gelişme düzeyine ulaştığı ülkelerde yabancı sermaye akımları ekonomik büyümeyi pozitif olarak etkilemektedir. Bailliu (2000)'ya göre yabancı sermaye girişleri ekonomik büyümeyi üç değişik kanaldan etkilemektedir; (i) içsel yatırım oranını arttırarak, (ii) pozitif yayılma etkisi² (spillover effect) olan yatırımları arttırarak ve (iii) iç finansal çeşitliliği arttırmak yoluyla. Ülkedeki mevcut finansal sistemin yapısı, kredi tahsis yöntemleri ve risk yönetimi gibi faktörlere bağlı olarak yabancı fonların ekonomik büyümeyi ne oranda arttıracacağını belirlenecektir. Çalışmada, bankacılık sektörünün gelişmişlik göstergesi olarak, mevduat bankalarındaki toplam iç varlıkların mevduat bankaları ve merkez bankası nezdindeki toplam iç varlıklara oranı alınmıştır. Sözkonusu oranın artması ile ticari bankaların ekonomik aktivitedeki rolünün arttığı ve ekonomik canlanmanın ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Sonuçta, bankacılık sektörünün belirli bir gelişmişlik düzeyine ulaştığı ülkelerde yabancı sermaye akımları ile ekonomik büyüme arasında pozitif, diğerleri içinse negatif ilişki elde edilmiştir.

Burnside ve Dollar (2000)'ın 1970-93 dönemi için 56 adet ülke verilerini kullanarak yapmış oldukları çalışmada iki soruya cevap aranmıştır. Bu soruların

ilki, dış yardımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ne büyüklükte olduğudur. İkincisi ise, dış yardım yapan hükümet ve diğer kurumlar sağlam makroekonomik politika izleyen ülkelere daha çok yardım yapıp yapmadıkları sorusudur. Bu amaçla, büyüme, dış yardım ve politika için oluşturulan simültane denklemler modeli, OLS ve TSLS yöntemleri kullanarak tahmin edilmiştir. Sonuçta, dış yardımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi pozitif bulunmuştur. Dış yardımlar ve ekonomik büyüme arasındaki bu ilişki çift yönlüdür. İzlenen ekonomik politikalar ve dış yardımlar arasında ise pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Ancak bu ilişki istatistiksel olarak belirgin değildir.

Hansen ve Tarp (2001) çalışmalarında, 1974-93 dönemi için 56 ülke verilerini kullanarak dış yardım ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, dış yardımların ekonomik büyümeyi arttırdığı, ancak bu durumun izlenen para, maliye ve dış ticaret politikalarının uygunluğu koşuluna bağlı olmadığı ileri sürülmüştür. Öte yandan farklı tahmin yöntemlerinin farklı sonuçlar üretmesinin mümkün olduğu ve Burnside ve Dollar (2000)'ın çalışmasının da, bu çerçevede veri ve model spesifikasyonuna bağlı olduğu ifade edilmiştir. Burnside ve Dollar (2000)'ın çalışmasının önermesi ancak sağlam ekonomik politikalara sahip olan ülkelerin dış yardım alması şeklinde idi. Hansen ve Tarp (2001)'a göre ise bu önerme doğru değildir ve sağlam olmayan ekonomik politikalar izleyen ülkeler için bile güçlü bir dış yardım ve büyüme ilişkisi mevcuttur.

Oliva ve Batiz (2002) çalışmalarında, 1970-94 dönemi ve 119 ülkeye ait veri seti kullanarak yabancı sermaye akımları ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. 3SLS yöntemi kullanılan çalışma sonucunda demokrasi ve hukuk sisteminin iyi işleminin, yabancı sermaye hareketlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini arttırdığı öne sürülmüştür. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise, doğrudan yabancı yatırımların gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerinde diğer sermaye akımlarından daha etkili olduğudur. Diğer yandan, Granger nedensellik test sonuçlarına göre, yatırımların ekonomik büyümeyi arttırmasından çok ekonomik büyümenin yatırımları arttırması sözkonusudur.

Lensink, Morrissey ve Osei (2003), 1989-1997 dönemi için 60 gelişmekte olan ülke verilerini kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında değişik sermaye akımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Yıllık verilerin kullanıldığı çalışmada yabancı sermaye akımları toplam, resmi akımlar ve özel akımlar olmak üzere üçlü bir tasnife tabi tutulmuştur. Çalışmada, sermaye hareketlerindeki oynaklık (volatility) bir istikrarsızlık unsuru olarak analize dahil edilmiştir. Sonuçta sermaye hareketlerindeki oynaklığın ekonomik büyüme üzerinde negatif etkisi bulunduğu tespit edilmiştir. OLS tahmin sonuçlarına göre toplam ve resmi

sermaye akımlarının ekonomik büyüme üzerinde negatif, özel sermaye akımlarının ise pozitif etkisi bulunmaktadır. Buna karşılık GMM regresyon sonuçlarına göre ise, her üç kategori için sermaye akımları ve büyüme ilişkisi pozitif çıkmıştır.

Gheeraert ve Malek Mansour (2005), yapısal ekonometrik model kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında, analize dahil edilen ülkeleri, gelişmiş, gelişmekte olan ve geçiş (transition) ülkeleri olmak üzere üç ayrı kategori altında incelemişlerdir. Panel veri yöntemi ile 1975-2001 dönemi için (geçiş ülkeleri için 1993-2001 dönemi) 183 ülke verileri kullanılarak gerçekleştirilen çalışma sonucunda, yabancı sermaye akımları ve ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Yine aynı çalışmada gerçekleştirilen bir diğer analiz (basit korelasyon analizi) sonucunda ise, yabancı sermaye akımları ve kalkınma (development) arasında istatistiksel olarak belirgin bir ilişki tespit edilememiştir.

Sonuç olarak, yabancı sermaye akımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi konusunda yapılan ampirik çalışmalar sonucunda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu durumun büyük ölçüde, ele alınan dönemlerin ve kullanılan tahmin yöntemlerinin farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aslında, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi konusunda önemli bir görüş ayrılığı bulunmamaktadır. Yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği, bir çok iktisatçı tarafından kabul edilmektedir. Diğer sermaye akımı çeşitleri ve ekonomik büyüme konusunda ise böyle bir uzlaşma bulunmamaktadır. Yabancı sermaye akımları ve büyüme ilişkisini ele alan çalışmalarda nedenselliğin yönü konusunun da oldukça tartışmalı olduğu görülmektedir. Yabancı sermaye akımlarının mı ekonomik büyümeyi etkilediği, yoksa ekonomik büyüme performansının mı yabancı yatırımları çektiği konusu çok açık değildir. Bu sorun ampirik çalışmalarda genellikle içsellik (endogeneity) problemi olarak ayrı bir başlık altında ele alınmaktadır.

Aşağıda Tablo 1’de yabancı sermaye akımları ve ekonomik büyüme ilişkisi ile ilgili olarak seçilen ve yukarıda kısaca açıklanmaya çalışılan çalışmalar özet tablo şeklinde sunulmaktadır.

Tablo-1: Sermaye Akımları ve Büyüme Konusunda Seçilmiş Ampirik Çalışmalar

Çalışma	Dönem ve Ülke Sayısı	Açıklayıcı Değişkenler	Yöntem	Sonuç
Papanek (1973)	1950-1970 85 ülke	S, FA, PCF OCF	OLS	+
Stoneman (1975)	1955-1970 188 ülke	S, FDI, FA ve OCF	OLS	+, -
Balassa (1978)	1960-1973 10 ülke	DK, FK, X, L	OLS	+
Gulati (1978)	1960-1970 38 ülke	S ve CF	OLS	+
Mosley (1980)	1969-1977 83 ülke	FA ve OCF, S.	TOLS	-
Dowling ve Hiemenz (1983)	1968-1979 52 ülke	FA, PCF, S	OLS	+
Mosley, Hudson ve Harell (1987)	1960-1983 81 ülke	FA, OCF, S, X	OLS	-
Gruben ve McLeod (1998)	1971-1994 18 ülke	CAD, FDI, PF, TOT ve FD	TOLS	+
Bailliu (2000)	1975-1995 40 ülke	I, GC, X ve M, BDD, PCF	GMM	+
Burnside ve Dollar (2000)	1970-1993 56 ülke	FA, PI, BS, INF, OPEN, IQ, EF, AS ve M2	OLS ve TOLS	+
Hansen ve Tarp (2001)	1974-1993 56 ülke	FA, PI, BS, INF, OPEN, IQ, EF, AS ve M2	OLS ve GMM	+
Oliva ve Batiz (2002)	1970-1994 119 ülke	CF, FDI ve DI	3SLS	+
Lensink, Morrissey ve Osei (2003)	1989-1997 60 ülke	INGDP, GC, TOT, OCF, PCF, I ve INS	OLS ve GMM	+, -
Gheeraert ve Malek Mansour (2005)	1975-2001 183 ülke	INGDP, HC, S, CF, PF, FD	LSDV ve SURE	+

Not: AS: Suikastlar, BDP: Bankacılık sek. gelişmişlik göstergesi, BS: Bütçe Fazlası, CAD: Cari İşlemler Açığı, CF: Sermaye Akımları, DI: Demokrasi Endeksi, DK: Yurtiçi Sermaye, EF: Etnik Ayrımcılık, FA: Dış Yardım, FD: Dış Borç Stoku, FDI: Yabancı doğrudan yatırımlar, FK: Yabancı Sermaye, GC: Hükümet Harcamaları, HC: Beşeri Sermaye, I: Yatırım, INF: Enflasyon, INGDP: Başlangıç Gelir Seviyesi, GDP, IQ: Kurumsal Kalite, L: İşgücü, M: İthalat, M2: M2 Para arzı, OCF: Diğer Sermaye Akımları, OPEN: Dış Açıklık, PCF: Özel Sermaye Akımları, PF: Portföy Akımları, PI: Politika Endeksi, S: Tasarruflar, TOT: Dış Ticaret Haddi, TX: Vergi Gelirleri, X: İhracat, INS: Oynaklık.

2. YABANCI DOĞRUDAN YATIRIMLAR VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

1990 sonrasında yabancı sermaye akımlarının gerek hacim gerekse kompozisyonunda oldukça önemli değişiklikler ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, yabancı doğrudan yatırımların toplam yabancı sermaye akımları içerisindeki payı giderek artmıştır. Ayrıca, 1990 yılı öncesinde yabancı doğrudan yatırımların büyük bir bölümü gelişmiş ülkelerin kendi aralarında gerçekleşirken, 1990 sonrasında gelişmekte olan ülkelere yönelik yabancı doğrudan yatırımların payının hızla arttığı görülmektedir. Özellikle, sabit sermaye stokunu arttırmayan, ancak yabancı doğrudan yatırım kategorisi içerisinde yer alan birleşme ve satın almalar (mergers and acquisitions) giderek gelişmekte olan ülkelere yönelik yabancı doğrudan yatırımların en önemli türü haline gelmiştir. Yabancı doğrudan yatırımların ulusal ekonomilerin modernleşmesinde ve ekonomik büyümesinde oynayabilecekleri rolü dikkate alan gelişmekte olan ülkeler yabancı doğrudan yatırımlara büyük teşvikler sağlamışlardır. Yabancı doğrudan yatırımlarda ortaya çıkan bu patlama, akademik dünyada, yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme konusunda son yıllarda çok sayıda çalışmanın ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu nedenle bu çalışmada, yabancı doğrudan yatırımların ayrı bir kategori altında incelenmesi uygun görülmüştür.

Yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyümeyi değişik kanallardan etkilemesi sözkonusudur. İlk etki, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyümeyi mevcut sermaye stokunu arttırmak yoluyla etkilemesidir. Ancak, yabancı doğrudan yatırımların sağlayacağı yarar sadece mevcut sermaye stokuna ilavede bulunmaktan ibaret değildir. Bazı iktisatçılara göre, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyümeyi asıl etkilediği kanal teknoloji transferi ve verimlilik artışlarıdır. Örneğin, Easterly ve Levine (2000)'in çalışmalarına göre ülkelerarası uzun dönem ekonomik büyüme performansları arasındaki farklılıkların açıklanmasında, sermaye birikimindeki farklılıklardan çok verimlilik artışlarının rolü çok daha fazladır.

Yabancı doğrudan yatırımlar, ileri teknolojinin sanayileşmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere transferi açısından da hayati bir rol oynamaktadır (Romer, 1993). Bununla birlikte, yabancı doğrudan yatırımlar, bu rolünü her zaman etkin bir şekilde gerçekleştiremeyebilir. Yapılan ampirik çalışmalara göre, yüksek hazmetme kapasitesine³³ (absorptive capacity) sahip ülkeler yabancı sermaye akımlarından çok daha fazla yararlanmaktadırlar (Caves, 1999). Buna karşılık hazmetme kapasitesi düşük ülkelerin yabancı doğrudan yatırımların yayılma etkilerinden (spillover effects) faydalanması düşük oranda kalmakta veya hiç gerçekleşmemektedir. Yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme ilişkisi konusunda yapılan ampirik çalışmaların çoğunluğu,

yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki pozitif rolünü destekler niteliktedir. Bununla birlikte, yabancı doğrudan yatırımlardan gelişmekte olan ülkelerin hepsinin aynı ölçüde faydalanamadığı görülmektedir. Blomström Lipsey ve Zejan (1992), 1960-85 dönemi için 78 gelişmekte olan ülke verilerini kullanarak yaptıkları çalışma sonucunda düşük gelir grubundaki gelişmekte olan ülkelerin yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisinden yeterince faydalanamadığını buna karşılık daha yüksek gelir grubundaki gelişmekte olan ülkelerin ise faydalanabildiğini öne sürmüşlerdir.

Balasubramanyam, Salisu ve Sapford (1996), 1970-85 dönemi için 46 gelişmekte olan ülke verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada, yabancı doğrudan yatırımların pozitif etkilerinden faydalanılabilmesi için dışa açıklığın hayati bir rol taşıdığını ileri sürmüşlerdir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre, dış ticarete açık ekonomilerin kapalı olanlara göre gerek daha yüksek hacimde yabancı doğrudan yatırım çekmesi gerekse yabancı akımlardan daha iyi bir şekilde faydalanabilmesi sözkonusu olmaktadır. Ayrıca, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi içsel yatırımlardan daha büyük olarak bulunmuştur.

Borensztein, De Gregorio ve Lee (1998), 69 gelişmekte olan ülke verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada, yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyümenin ancak yüksek beşeri sermaye stokuna sahip olunması durumunda pozitif korelasyon gösterdiğini bulmuşlardır. Borensztein vd.(1998), teknik gelişmenin sermaye mallarının çeşitliliği tarafından belirlendiği bir içsel büyüme modeli oluşturmuşlardır. Bu modelde, yabancı firmaların doğrudan yabancı yatırımlarının artması, sermaye malları çeşitliliğinin artması şeklinde ortaya çıkarak teknolojik gelişmeye yol açmaktadır. Diğer bir deyişle, yabancı doğrudan yatırımlar, teknolojik yayılma etkileri (spillover effects) aracılığıyla ekonomik büyüme üzerinde etkisini göstermektedir. Borensztein vd. (1998) çalışmalarında, teknik gelişmenin yayılması sürecinde beşeri sermaye ve yabancı doğrudan yatırımların tamamlayıcılık ilişkisini öne çıkarmışlardır. Yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyümeye katkı yapabilmesi ise, ülkenin mevcut beşeri sermaye stokunun belirlediği hazmetme kapasitesine (absorptive capacity) bağlı olmaktadır.

Olofsdotter (1998), 1980-90 dönemi ve 50 ülke verilerini kullanarak yapmış olduğu çalışmada, yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Bu etki, daha fazla kurumsal kapasiteye (institutional capacity) sahip ülkelerde daha yüksek olmaktadır. Çalışmada, kurumsal kapasite için gösterge (proxy) değişken olarak mülkiyet haklarının korunma derecesi (degree of property rights protection) ve bürokratik etkinlik (bureaucratic efficiency) değişkenleri kullanılmıştır.

De Mello (1999) çalışmasında, duraganlık ve eşbütünleşme testlerinin yanısıra dinamik panel yöntemini kullanmıştır. 1970-90 dönemine ait 16 OECD ve 17 OECD üyesi olmayan toplam 33 ülkenin verilerini kullanarak yaptığı çalışmada, güçlü bir yabancı doğrudan yatırım ve ekonomik büyüme ilişkisi tespit etmiştir. Yabancı doğrudan yatırımlar, OECD ülkelerinde verimlilik artışı, OECD üyesi olmayan ülkelerde ise sermaye birikimi artışı yoluyla büyüme üzerinde etkili olmaktadır. Ayrıca, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, teknolojik olarak ileri olan ülkelerde teknolojik açıdan geri kalmış ülkelere göre daha düşük çıkmaktadır.

Lensink ve Morrissey (2001), çalışmalarında ekonomik büyüme ve yabancı doğrudan yatırım ilişkisini test ederken kullandıkları modele yabancı doğrudan yatırımların oynaklığını (volatility) analizlerine dahil etmişlerdir. 1975-95 dönemi ve 71 ülke verileriyle panel veri ve araç değişken yöntemlerini kullanarak yapılan tahmin sonucunda, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkide bulunduğu, yabancı doğrudan yatırımların oynaklığının ise negatif bir etki yaptığı tespit edilmiştir. Yazarlar tarafından, yabancı doğrudan yatırımların oynaklığının tek başına büyümeyi engellemediği, ancak oynaklığın, büyümeyi engelleyen bazı gözlemlenemeyen etkileri yakalama işlevi taşıdığı ileri sürülmüştür. Ayrıca, bu sonucun oynaklığın yüksek olduğu gelişmekte olan ülkelerdeki yabancı doğrudan yatırım ve büyüme arasındaki ilişkinin zayıflığı olgusu ile de tutarlı olduğu ifade edilmiştir.

Zhang (2001), 1970-95 dönemine ait 11 Latin Amerika ve Doğu Asya ülkesinin verilerini kullanarak gerçekleştirdiği eş-bütünleşme (co-integration) testlerinin sonucunda, dördü Asya ülkesi olmak üzere toplam beş ülkede yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisini pozitif bulmuştur. Sonuç olarak, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ülkeye özgü (country specific) olduğu öne sürülmüştür. Yine çalışmanın sonucuna göre, ihracata yönelik politikalar izleyen ülkeler yabancı doğrudan yatırımların pozitif etkilerinden faydalanabilmektedir.

Carkovic ve Levine (2002), 1960-95 dönemi ve 72 ülke için OLS ve dinamik panel veri yöntemlerini kullanarak yapmış oldukları çalışmada, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Sermaye birikiminin büyüme üzerindeki etkisi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olmakla birlikte, değişik spesifikasyonlara göre farklı sonuçlar vermektedir. Kısacası, elde edilen sonuçların kullanılan yöntem ve ele alınan dönemlerin farklılığına bağlı olarak değiştiği ifade edilmektedir.

Choe (2003), 1971-95 dönemine ait 80 ülke verilerini ve Granger nedensellik testlerini kullanarak gerçekleştirdiği çalışmada, yabancı doğrudan yatırımların mı ekonomik büyümeye yol açtığını, yoksa ekonomik

büyüme performansının mı yabancı doğrudan yatırımları etkilediğini araştırmıştır. Çalışma sonucunda elde ettiği bulgulara dayanarak Choe (2003), nedenselliğin yönünün yabancı doğrudan yatırımlardan ekonomik büyümeye doğru olmadığını, tersine ekonomik büyümenin yabancı doğrudan yatırımlara yol açtığını öne sürmüştür.

Makki ve Somwaru (2004), 1970-2000 dönemi için 66 gelişmekte olan ülkenin verilerini ve TSLS ve SURE yöntemlerini kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında, yabancı doğrudan yatırımlarla birlikte, dış ticaret, beşeri sermaye ve içsel yatırımların ekonomik büyüme ile pozitif korelasyon gösterdiğini bulmuşlardır. Ayrıca, dış ticaret-yabancı doğrudan yatırım ve içsel yatırım-yabancı doğrudan yatırım etkileşim terimlerinin (interaction terms) pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer bir deyişle, yabancı doğrudan yatırımlar ile içsel yatırım ve dış ticaret arasında bir dışlama etkisi (crowding-out effect) sözkonusu değildir.

Alfaro, Chanda, Kalemli-Özcan ve Sayek (2004), 1975-79 dönemi için 71 ülkenin verilerini kullanarak yaptıkları çalışmalarında, yabancı doğrudan yatırımlar, finansal piyasalar ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisinin ortaya çıkması için finansal gelişmişlik düzeyinin kilit bir rol oynadığı öne sürülmektedir. Diğer bir deyişle, yabancı doğrudan yatırımların yayılma etkilerinin (spillover effects) az gelişmiş finansal piyasalarda ortaya çıkması oldukça güç olmaktadır. Pozitif bir etkinin ortaya çıkabilmesi için, ekonomide minimum bir finansal gelişmişlik düzeyinin (threshold) bulunması gerekmektedir.

Herzer, Klasen, ve Nowak-Lehmann (2006), 1960-2000 dönemi ve 28 gelişmekte olan ülke için eş-bütünleşme tekniği ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında, yabancı doğrudan yatırımların gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerinde uzun dönemde belirgin bir etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Sadece birkaç tane gelişmekte olan ülke için pozitif bir yabancı doğrudan yatırım ve ekonomik büyüme ilişkisi sözkonusudur. Ayrıca, yabancı doğrudan yatırımların, eğitim seviyesi, dışa açıklık oranı ve finansal piyasaların gelişmişlik düzeyi ile de güçlü bir korelasyonu bulunmamaktadır.

Sonuç olarak, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini, değişik ülke gruplarına ait veriler kullanarak ve değişik dönemler için araştıran çok sayıda ampirik çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaların büyük çoğunluğu yabancı doğrudan yatırımların ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Az sayıdaki ampirik çalışma ise farklı bulgular ortaya

koymaktadır. Bu farklılıklar ise kullanılan model ve veri setlerinin farklılıklarına bağlanabilir.

Aşağıda Tablo 2’de, yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme ile ilgili olarak seçilen ve yukarıda kısaca açıklanan çalışmalar özet tablo şeklinde sunulmaktadır.

Tablo-2: Yabancı Doğrudan Yatırımlar ve Büyüme Konusunda Seçilmiş Ampirik Çalışmalar

Çalışma	Ülke ve Dönem	Kullanılan Yöntem	Varsayımlar	Sonuç
Blomström, Lipsey ve Zejan (1992)	1960-85 78 GOÜ	OLS	YDY’lar ekonmik büyümeyi, teknoloji yayılması yoluyla etkiliyor.	+, -
Balasubramanyan Salisu ve Sapsford (1996)	1970-85 46 GOÜ	OLS	Dışa açık ülkeler YDY’ların teknoloji yayılma etkisinden daha çok faydalanıyorlar.	+
Borenzstein De Gregorio ve Lee (1998)	1970-89 69 GOÜ	OLS	YDY’lar büyümeyi, teknoloji yayılması yoluyla etkiliyor	+, -
Olofsdotter (1998)	1980-90 50 ülke	OLS	YDY’lar büyümeyi, teknoloji yayılması yoluyla etkiliyor	+
De Mello (1999)	1970-90 33 ülke	Duraganlık testleri ve dinamik panel	YDY’lar büyümeyi, teknoloji ve yönetim tekniklerindeki iyileşmeyle etkiliyor	+
Lensink ve Morrissey (2001)	1975-95 71 ülke	Panel veri ve Araç Değişken Yöntemi	YDY’lar büyümeyi, pozitif etkiliyor ancak volatilitenin negatif etkisi söz konusu	+, -
Zhang (2001)	1970-95 11 GOÜ	Eşbütünleşme testi	Ekonomik büyüme ve YDY’lar arasında geri besleme etkisi var	+
Carkovic ve Levine (2002)	1960-95 72 ülke	OLS ve Dinamik Panel veri Yöntemi	Mevcut ampirik çalışmalar sapmalı sonuçlara yol açmaktadır	Kesin değil
Choe (2003)	1971-95 80 ülke	Granger nedensellik testi	Ekonomik büyüme YDY’ları çekiyor	+
Makki ve Somwaru (2004)	1970-00 66 GOÜ	SURE ve TSLS	YDY’lar teknoloji transferi yoluyla etkide bulunuyor	+
Alfaro, Chanda, Kalemli-Ozcan, Sayek (2004)	1975-79 71 ülke	OLS	YDY’lar büyümeyi etkilemesi gelişmiş finansal piyasaların varlığıyla orantılı	+
Herzer, Klasen, ve Nowak-Lehmann (2006)	1960-00 28 GOÜ	Eşbütünleşme Testi	Mevcut ampirik literatür YDY’ların büyüme üzerindeki etkisini olduğundan daha büyük gösteriyor	+, -

3. TEKNOLOJİ TRANSFERİ, VERİMLİLİK VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Yabancı doğrudan yatırımlar ekonomik büyümeyi, bir yandan mevcut sermaye stokunu arttırarak, diğer yandan evsahibi ülkedeki beşeri sermaye ve kurumsal yapı gibi faktörlerle etkileşime girerek ve bunların sonucunda pozitif dışsallıklar ve verimlilik artışları yaratarak etkilemektedir. Diğer bir deyişle, yabancı doğrudan yatırımlar, gerek mevcut işgücünün kalitesini arttırmak, gerekse ileri teknolojiye bağlı verimlilik artışlarına yol açmak yoluyla ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır. Bilindiği gibi neo-klasik yaklaşıma göre (Solow modeli), yabancı doğrudan yatırımlar sadece gelir seviyesini etkilemekte, uzun dönem büyüme oranı üzerinde ise herhangi bir etkide bulunmamaktadır. Uzun dönem ekonomik büyüme, sadece teknolojik gelişme ve/veya nüfus artışı dışsal faktörleriyle olmaktadır. Bu durumda, yabancı doğrudan yatırımlar ancak teknolojik gelişmeyi pozitif ve sürekli olarak etkileyebilirse ekonomik büyümeyi pozitif olarak etkileyecektir. Daha sonraları ortaya atılan içsel büyüme modellerinde, yabancı doğrudan yatırımlar, üretimde artan getiri yaratarak veya yayılma etkileri (spillover effects) yoluyla, içsel olarak büyümeyi etkilemektedir. Bu modellerin bazılarında, yabancı doğrudan yatırımlar teknoloji transferinin ana kaynağı olarak ele alınmaktadır.

Yabancı doğrudan yatırımlar yoluyla teknoloji transferinin nasıl gerçekleştiği konusunda, literatürde değişik kanallar önerilmiştir.⁴ Bu konuda, çokuluslu şirketler önemli bir rol oynamaktadırlar. İleri teknoloji, başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere az sayıdaki gelişmiş ülkelerin elinde yoğunlaşmıştır. Bu ülkelerdeki büyük şirketler, AR-GE faaliyetlerine son derece büyük fonlar ayırabilmektedirler. Dolayısıyla ÇUŞ'lar, ileri teknolojiyi yaratma ve kontrol etme konusundaki en önemli aktörlerdir.

Yabancı doğrudan yatırımların yol açtığı teknolojik yayılma etkisi konusundaki öncü çalışmalardan birisi sayılan Blomström ve Persson (1983)'ün çalışmasında, 1970 yılı Meksika üretici istatistikleri kullanılarak, 215 endüstri için işgücü verimliliği analizi gerçekleştirilmiştir. Kamu işletmelerinin hariç tutulduğu ve OLS yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmada, işgücü verimliliği ile açıklayıcı değişken olarak kullanılan yabancı hisse oranı değişkeni arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir deyişle, yabancı doğrudan yatırımlar yayılma etkisi (spillover effects) yoluyla, yerli firmalar üzerinde bir verimlilik artışına yol açmaktadırlar.

Haddad ve Harrison (1993), Fas'taki yabancı menşeli firmaların 1985-89 döneminde, aynı sektörde faaliyet gösteren yerli firmalardan daha yüksek bir verimliliğe sahip olduklarını hesaplamışlardır. Bu durumun, yabancı firmaların yoğun biçimde yüksek korumacılık bulunan sektörlerde yatırım yapmalarından

kaynaklanabileceği ifade edilmektedir. Bu şekilde yüksek koruma duvarlarının sözkonusu olduğu bir durum ise, yerli firmaları verimlilik artışına teşvik etmeyecektir.

Kokko, Tansini ve Zejan (1996) tarafından işletme ölçeğinde veriler (plant-survey data) kullanarak yapılan Uruguay imalat sektörü ile ilgili araştırmada, doğrudan yabancı yatırımlardan kaynaklanan herhangi bir yayılma etkisi (spillover effect) tespit edilememiştir. 1998 yılı kesit verileri kullanılarak yapılan araştırma, 159 yerel imalat işletmesini kapsamaktadır.

Borenzstein, De Gregorio ve Lee (1998), yabancı doğrudan yatırımların teknoloji transferinin aracı olduğu bir içsel büyüme modelinden hareketle, gelişmekte olan ülkelerin yayılma etkilerinden (spillover effects) faydalanabilmesi için bir beşeri sermaye eşiğini (threshold) geçmeleri gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bu eşik, beşeri sermaye için gösterge değişken olarak ortaöğrenim katılım oranlarının (secondary school enrollment rates) kullanılması ile 0.52 olarak hesaplanmıştır.

Aitken ve Harrison (1999), 1976-89 dönemi için 4.000'den fazla işletme verilerini kullanarak, Venezüella imalat sanayi ile ilgili yaptıkları çalışmada iki temel sonuca ulaşmışlardır. İlk sonuç, yabancı ortakların bulunmasının işletmelerin verimlilik açısından performanslarını arttırdığıdır. Ancak bu sonuçlar, küçük işletmeler (işçi sayısının elliden daha düşük olduğu) için geçerlidir. Aynı çalışmada ilginç sayılabilecek diğer bir sonuç ise, yabancı rekabet ile karşılaştıklarında yerli işletmelerin verimliliklerinde azalmaların ortaya çıkmasıdır. Toplam net etki ise bu iki ters etkinin sonucu pozitif ancak oldukça düşük olmaktadır.

Djankov ve Hoekman (2000) tarafından Çek Cumhuriyeti için gerçekleştirilen, 1992-96 dönemi ve 373 firmayı kapsayan çalışmada, yabancı yatırımların yerli işletmeler üzerinde belirgin bir negatif yayılma etkisinin olduğu (spillover effect) ortaya çıkmıştır. Ortak yatırımlar (joint ventures) ve yabancı doğrudan yatırımlar birlikte ele alındığında, negatif ve belirgin bir yayılma etkisi sözkonusu olmaktadır. Yabancı doğrudan yatırımların tek başına ele alınması durumunda ise etkinin büyüklüğü oldukça azalmakta, ancak istatistiksel olarak anlamını yitirmektedir. Sonuç olarak, negatif yayılma etkisinin tespit edildiği bu tür çalışmalarda, yerli firmaların yayılma etkisinden faydalanmaları için gerekenden daha düşük hazmetme kapasitesi bulunduğu genellikle ileri sürülmektedir. Yerli firmalar, yabancı firmaların girişiyle düşük karlılıkla karşı karşıya kalmakta ve üretim ölçeklerini düşürmektedirler.

Xu (2000), 1966-94 dönemi için Amerikan menşeli çok uluslu şirketlerin teknoloji yayılması konusundaki rolünü, 40 ülke verilerini kullanarak analiz

etmiştir. Çalışma sonucunda, gelişmiş ülkeler için pozitif ve belirgin bir teknolojik yayılma etkisi tespit edilirken, gelişmekte olan ülkeler için ise böyle bir etkiye rastlanmamıştır. Bu durum yazar tarafından, gelişmekte olan ülkelerdeki beşeri sermaye eksikliklerine bağlanmıştır. Xu (2000), teknolojik yayılma etkisinin (spillover effect) ortaya çıkabilmesi için ortaöğrenime katılım oranında (secondary school attainment rate) 1.9'luk bir eşik (threshold) geçilmesinin gerektiğini hesaplamıştır. Bu oran, Borenzstein vd. (1998) çalışmasında hesaplanan eşikten (0.52) bir hayli yüksektir ve Xu (2000)'ya göre, gelişmekte olan ülkelerin bir çoğu bu şartı karşılamaktan hayli uzaktır.

Haskel, Periara ve Slaughter (2001), panel veri yöntemini kullanarak 1973-92 dönemi yıllık üretim istatistiklerinden faydalanarak İngiltere'deki imalat sanayi verimliliğini analiz etmişlerdir. Çalışmada toplam işgünün bir oranı olarak ölçülen yabancı varlığının, imalat sanayisindeki toplam faktör verimliliğine olan etkisi araştırılmıştır. Sonuçta aynı endüstriler için pozitif ve belirgin bir yayılma etkisi (spillover effects) bulunurken, bölgesel olarak herhangi bir yayılma etkisi saptanamamıştır.

Bengoa ve Sanchez-Robles (2003), 1970-99 dönemi ve 18 Latin Amerika ülkesinin verilerini kullanarak yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme ve araştırmışlardır. Panel veri yöntemi ile gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve belirgin bir etkisi bulunmuştur. Ancak bu etkinin büyüklüğü evsahibi ülkenin ekonomik özgürlük (economic freedom) ortamına bağlı olmaktadır. Diğer bir deyişle, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere yönelik yabancı doğrudan yatırımlardan kaynaklanan teknolojik yayılma etkilerinden (spillover effects) faydalanılabildiği için, sermaye ithal eden ülkelerin belirli bir sosyal kapasiteye (social capacity) sahip olmaları gerekmektedir.

Hale ve Long (2006), Dünya Bankası'nın beş Çin şehrinde gerçekleştirilen ve 1500 firmayı kapsayan anket verilerini kullanarak, yabancı firmaların varlığının aynı sektörde faaliyet gösteren yerli firmalar üzerinde bir yayılma etkisine (spillover effects) yol açıp açmadığını araştırmışlardır. Sonuçta, ileri teknoloji kullanıcıları firmalar için pozitif yayılma etkisi bulunurken daha geri teknoloji ile üretim yapan firmalar içinse herhangi bir etkiye rastlanmamıştır. Yazarlar bu durumun büyük ölçüde, yabancı firmalardan yerli firmalara geçen kalifiye işgücünden kaynaklandığını savunarak, iyi işleyen bir işgücü piyasasının yabancı doğrudan yatırımların pozitif yayılma etkisine yol açmasının ön şartı olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Tablo-3: YDY'lar ve Teknoloji Transferi -Verimlilik Konusunda Seçilmiş Çalışmalar

Çalışma	Dönem ve veri	Kullanılan Yöntem	Sonuç
Blomström ve Persson (1983)	1970 yılı 215 endüstri	OLS	Yabancı hisse oranlarının artması işgücü verimliliğini yükseltiyor
Haddad ve Harrison (1993)	1985-89	Panel veri analizi	Yerli ve yabancı firmalar arasında belirgin verimlilik farkı yok
Kokko, Tansini ve Zejan (1996)	1998 yılı 159 firma	OLS	Belirgin bir yayılma etkisi (spillover effects) mevcut değil
Borenzstein De Gregorio ve Lee (1998)	1970-89 69 GOÜ	OLS	Yayılma etkisi (spillover effects) belli bir beşeri sermaye stokunu geçince (treshold) ortaya çıkıyor.
Aitken ve Harrison (1999)	1976-89 4000 firma	Panel veri analizi	Bulgular karışık.
Djankov ve Hoekman (2000)	1992-96 373 firma	Panel veri analizi	Yabancı doğrudan yatırımların toplam faktör verimliliği üzerinde belirgin etkisi yok.
Xu (2000)	1966-94 40 ülke	Duraganlık testleri ve dinamik panel	Teknolojik yayılma etkisinin ortaya çıkması ülkelerin beşeri sermaye stoklarına bağlıdır.
Haskel, Periara ve Slaughter (2001)	1973-92 126 firma	Panel veri analizi	Endüstri bazında pozitif ve belirgin yayılma etkisi (spillover effects) var.
Bengoa ve Sanchez-Robles (2003)	1970-99 18 Latin Amerika ülkesi	Panel Veri Yöntemi	YDY'ların yayılma etkisi ülkenin hazmetme kapasitesine bağlıdır.
Hale ve Long (2006)	2000 yılı 1500 firma	OLS	İleri teknoloji kullanıcıları firmalar için pozitif yayılma etkisi (spillover effects) var.

Sonuç olarak, gelişmekte olan ülkelerin yabancı doğrudan yatırımlar sonucu ortaya çıkan pozitif yayılma etkilerinden (spillover effects) faydalanabilmeleri için, beşeri sermaye stoku, dışa açıklık, finansal gelişmişlik düzeyi vs. şeklinde ölçülen asgari bir hazmetme kapasitesine (absorptive capacity) sahip olmaları gerektiği şartı çok sayıda ülkelerarası çalışmada ileri sürülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin sözkonusu hazmetme kapasiteleri düşük olduğunda sermaye akımlarının olumlu etkileri azalmakta hatta negatif bile olabilmektedir.

Tablo 3'te, yabancı sermaye akımları ve verimlilik ilişkisi ile ilgili olarak seçilen ve yukarıda kısaca açıklanmaya çalışılan çalışmalar özet tablo şeklinde sunulmaktadır.

SONUÇ

Yabancı sermaye akımları ve ekonomik büyüme ilişkisini araştıran çok sayıda ampirik çalışma sonucuna göre, yabancı doğrudan yatırımların ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisinin bulunduğunu gösteren kanıtların sayısı, diğer sermaye akımlarına göre çok daha fazladır. Gerek yabancı doğrudan yatırım ve büyüme arasındaki güçlü bir ilişkinin varlığı konusundaki kanıtların çokluğu, gerekse zaman içerisinde yabancı doğrudan yatırımların uluslararası sermaye hareketlerinin en önemli unsuru haline gelmesi sonucunda, yabancı doğrudan yatırımlar üzerindeki çalışmaların sayısı hızla artmıştır. Bu çalışmaların çoğunda yabancı doğrudan yatırımlar, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere ileri teknoloji transferinin en önemli aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Yabancı doğrudan yatırımların sermaye alıcısı ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerindeki etkisi ise, ülkelerin hazmetme kapasitelerine (absorptive capacity) bağlı olmaktadır. Bu konuda yapılan çok sayıdaki ampirik çalışmaya göre, gelişmekte olan ülkelerin sermaye akımlarının pozitif etkilerinden faydalanabilmesi için, beşeri sermaye stoku, finansal gelişmişlik düzeyi, kurumsal kalite vs. açılarından asgari bir gelişmişlik düzeyine sahip olmaları gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Yabancı sermaye akımları ve ekonomik büyüme ile ilgili ülkelerarası yapılan çalışmaların en büyük zayıflıklarından birisi, ele alınan ülkelerarasında homojenlik varsayımının yapılması olarak göze çarpmaktadır. Oysa ülkeler arasında, yabancı sermaye akımlarının büyüme üzerinde çok farklı olmasına yol açacak derecede, gerek mevcut kurumlar arası gerekse izlenen ekonomik politikalar arası farklılıklar sözkonusudur.

Sonuç olarak, gelişmekte olan ülkelere yönelik yabancı sermaye akımları ve büyüme ilişkisi konusunda yapılan ampirik çalışmalarda, farklı ekonometrik yöntemlerin kullanılması ve ele alınan dönemlerin farklı olmasına göre farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, gerek elde edilen sonuçların yorumlanmasında ve gerekse bu sonuçlardan politika önerileri çıkarılması konusunda temkinli olunması gerekmektedir. Bu noktada, ülkelerarası (cross-country) çalışmalardan ziyade ülkeye özgü (country-specific) çalışmaların rolünün daha etkin olması beklenebilir. Bu çalışma, yabancı sermaye ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi irdelemeyi amaçlayan çalışmalara bir kaynak teşkil etmesi nedeniyle önem kazanmaktadır.

NOTLAR

¹ IMF ve OECD kaynaklarına göre, bir şirketin %10 ve üzeri hisselerinin satın alınması veya yönetimde kontrolünün ele geçirilmesi, yabancı doğrudan yatırım sayılmaktadır. Eğer satın alınan hisse oranı %10'un altında ise, bu alım kadar portföy yatırımı yapılmış sayılmaktadır.

² Yayılma etkisi (spillover effect) kavramı kabaca, yabancı sermaye akımlarından kaynaklanan verimlilik artışları şeklinde tanımlanabilir.

³ Hazmetme kapasitesi (absorptive capacity), yabancı sermaye alıcısı bir ülkenin, mevcut beşeri sermaye stoku, dışa açıklık oranı, finansal derinlik vs. gibi değişkenlerinden bir veya birkaçının birlikte gösterge (proxy) olarak kullanılması suretiyle, sözkonusu ülkenin yabancı sermaye akımlarının pozitif etkilerinden ne ölçüde faydalanacağını ölçmek için kullanılan bir kavramdır.

⁴ ÇUŞ'ların ileri teknoloji transferine aracılık etmesi için literatürde önerilen başlıca kanallar; (i) dikey bağlantılar (vertical linkages), yatay bağlantılar (horizontal linkages), (iii) işçi dolaşımı (labour turnover) ve (iv) teknolojik yayılma (technology spillovers) şeklindedir. Dikey bağlantılarda ÇUŞ'lar, mal alıp sattığı firmalar ile girdiği ilişkiler yoluyla teknolojiyi transfer etmektedir. Yatay bağlantılarda ise ÇUŞ'lar, artan rekabete bağlı olarak aynı endüstride bulunan yerli firmaları verimlilik artışlarına zorlamaktadır. İşçi dolaşımı terimi, yabancı firmalardan yerli firmalar transfer olan kalifiye işgücünün yol açtığı verimlilik artışlarını ifade etmektedir. Teknolojik yayılma ise, ÇUŞ'ların AR-GE faaliyetleri sonucu, yerli firmaların teknolojik kapasitelerinin artmasıdır.

KAYNAKÇA

- Aitken, B. J. and A. E Harrison (1999) "Do Domestic Firms Benefit from Direct Foreign Investment?" Evidence from Venezuela, **American Economic Review**, 89(3), 605-618
- Alfaro L., A. Chanda A., S. Kalemli-Ozcan (2004) "FDI and Economic Growth: The Role of the Financial Markets", **Journal of International Economics** , 64(1), 89-112
- Baillu J. N. (2000) "Private Capital Flows, Financial Development and Economic Growth in Developing Countries", **Bank of Canada Working Paper**, 2000-1
- Balassa B. (1978) "Exports and Economic Growth. Further Evidence", **Journal of Development Economics**, 5(2), 181-89.
- Balasubramanyan V. N., M. Salisu and D. Sapsford (1996), "Foreign Direct Investment and Growth in EP Countries and IP Countries", **The Economic Journal**, No.106, 92-105.
- Bauer P. T. and B. S. Yamey (1957) **The Economics of Underdeveloped Countries**, Chicago, ILL.: University of Chicago Press.

- Bengoa M. and B. Sanchez-Robles (2003) "Foreign Direct Investment, Economic Freedom and Growth: New Evidence from Latin America" **European Journal of Political Economy**, 19, 529-45
- Blomström M., R. Lipsey R. and M. Zejan (1992) "What Explains the Developing Country Growth?", **NBER Working Paper**, No.4132
- Blomström M. and Persson H., 1983, "Foreign Investment and Spillover Efficiency in an Underdeveloped Economy: Evidence from the Mexican Manufacturing Industry", **World Development**, Vol.11.
- Borensztein E., J. De Gregorio and J.W. Lee (1998) "How Does Foreign Direct Investment Affect Growth?", **Journal of International Economics**, 45(1),115-135.
- Burnside C. and D. Dollar (2000) "Aid Policies and Growth", **American Economic Review**, 90(4), 847-868.
- Caves R., 1999, "Spillovers from Multinationals in Developing Countries: The Mechanisms at Work", **William Davidson Institute Working Paper**, No.247.
- Carkovic M., R. Levine (2002) "Does Foreign Investment Accelerate Economic Growth?", **Working Paper**, University of Minnesota.
- Chenery H. B. and A. M. Strout (1966) "Foreign Assistance and Economic Development", **The American Economic Review**, 56(4), 679-733.
- Choe J. I. (2003) "Do Foreign Direct Investment and Gross Domestic Investment Promote Economic Growth?", **Review of Development Economics**, 7(1), 44-57.
- De Mello L., (1999) "Foreign Direct Investment led Growth: Evidence from Time Series and Panel Data", **Oxford Economic Papers**, 51, 133-51.
- Djankov S. and B. Hoekman (2000) "Foreign Investment Productivity Growth in Czech Enterprises", **World Bank Economic Review**, 14(1), 49-64.
- Dowling M. J. J. and U. Hiemenz (1983) "Aid, Savings and Growth in the Asian Region", **The Developing Economies**, 21(1), 3-13.
- Easterly, W., R. Levine (2000) **It is Not Factor Accumulation : Stylized Facts and Growth Models**, Washington D.C.: World Bank.
- Gheeraert L. and J. Malek Mansour (2005), "On the Impact of Private Capital Flows on Economic Growth and Development, Centre Emile Benheim Research Institute in Management Sciences", **Working Paper**, No. 05/003.

- Griffin K. B. and J. L. Enos (1970) "Foreign Assistance: Objective and Consequences", **Economic Development and Cultural Change**, 18(3), 313-327
- Gruben W. C. and McLeod D., 1998, "Capital Flows, Savings and Growth in the 1990s", **The Quarterly Review of Economics and Finance**, 38(3), 287-301.
- Gulati U. C. (1978) "Effect of Capital Imports on Savings and Growth in Less Developed Countries", **Economic Inquiry**, 16(4), 563-569.
- Haddad M. and A. Harrison (1993) "Are There Spillovers from Direct Foreign Investment?", **Journal of Development Economics**, 42, 51-74.
- Hale G. and C. Long (2006) "What Determines Technological Spillovers of Foreign Direct Investment: Evidence from China", Federal Bank of San Francisco, **Working Paper**, 2006-13.
- Hansen H and Tarp F., (2001) "Aid Effectiveness Disputed", **Journal of International Development**, 12(4), 375-98.
- Herzer D., S. Klasen, D. Nowak-Lehmann (2006) "In Search of FDI Led Growth in Inflows and Developing Countries" **Ibero-America Institute for Economic Research**, No.150.
- Haskel J. E., S. C. Pereira and M.J. Slaughter (2001) "Does Inward Foreign Direct Investment Boost the Productivity of Domestic Firms" **Paper presented at the International Technology Diffusion/Sloan/ATP Project Reports, NBER Sommer Institute.**
(<http://www.nber.org/confer/2001/si/2001/salughter2001.pdf>)
- Kokko A., R. Tansini R. and M.J. Zejan (1996) "Local Technical Capability and Productivity Spillovers from FDI in the Uruguayan Manufacturing Sector", **Journal of Development Studies**, 32(April) 602-611.
- Lensink R., O. Morrissey and R. Osei (2003) "The Impact of Uncertain Capital Flows Economic in Developing Countries: An Empirical Analysis for the 1990s ", **Paper presented at World Institute for Development Economics Research (WIDER/UNU)**, Helsinki, 6-7 September 2003.
- Lensink R. and O. Morrissey (2001) "Foreign Direct Investment, Flows, Volatility and Economic Growth in Developing Countries", **Paper presented at DESG Conference University of Nottingham**, Nottingham 5-7 April 2001.
- Makki S. S. and A. Somwaru (2004) "Impact of FDI and Trade on Economic Growth: Evidence from Developing Countries", **American Journal of Agricultural Economics**, 86(3), 795-801.

- Mosley P., J. Hudson J. and S. Horell (1987) "Aid, the Public Sector and the Market in Less Developed Countries", **Economic Journal**, 97(387), 616-641.
- Mosley P., 1980, "Aid, Savings and Growth Revisited" **Bulletin of Oxford Institute of Economics and Statistics**, 42(2), 79-95.
- Oliva M. A. and A. R. Batiz (2002) "Political Institutions, Capital Flows and and Development Country Growth: An Empirical Investigation", **Review of Development Economics**, 6(2), 248-262.
- Olofsdotter K., (1998) "FDI, Country Capabilities and Economic Growth", **Weltwirtschaftliches Archiv**, 134(3), 534-547.
- Papanek G. F. (1973) "Aid, Foreign Private Investment, Savings and Growth in Less Developed Countries", **Journal of Political Economy**, 81(1), 120-130.
- Romer P. M. (1993) "Idea Gaps in Economic Development", **Journal of Monetary Economics**, (32)3, 543-573.
- Stoneman C. (1975) "Foreign Capital and Economic Growth", **World Development**, 3(1), 11-26.
- Waheed A. (2004) "Foreign Capital Inflows and Economic Growth of Developing Countries: A Critical Survey of Selected Empirical Studies, **Journal of Economic Cooperation**, 25, 1-36.
- Xu B., (2000) "Multinational Enterprises, Technology Diffusion and Host Country Productivity Growth", **Journal of Development Economics**, 62, 477-93.
- Zhang K. H. (2001) "Does Foreign Direct Investment Promote Economic Growth? Evidence from East Asia and Latin America", **Contemporary Economic Policy**, 19(2), 175-85.

THE BASIC DILEMMAS OF THE MODERNIST DEVELOPMENT PARADIGM'S VIEW TOWARDS CULTURE

Hatice Karaçay ÇAKMAK*
İtir ÖZER**

Abstract

Especially after the 1990s, as a result of the shortcomings that the modernist development paradigm features, the deficiencies of the modernist development paradigm concerning issues such as women's problems, ethnicity, and minority rights have been scrutinised. In this framework, the way the modernist development paradigm views culture has also been questioned. Social scientists have generally examined the modernist development paradigm's way of viewing culture implicitly under different disciplines and different dimensions. In this study, under the light of these studies, we aim to put forward explicitly the basic dilemmas of this view.

Keywords: Culture, modernist development paradigm, modernism.

Öz

Modernist Kalkınma Paradigması'nın Kültüre Bakış Açısının Temel Açmazları

Özellikle 1990'lı yılların sonunda, modernist kalkınma paradigmasının kadın sorunu, etnisite, azınlık hakları gibi çeşitli konulara bakış biçimi mercek altına alınmıştır. Bu çerçevede, modernist kalkınma paradigmasının kültüre bakış biçimi de sorgulanmıştır. Pek çok sosyal bilimci modernist kalkınma paradigmasının kültüre bakışını örtük olarak farklı disiplinler altında ve farklı boyutlar çerçevesinde incelemiştir. Bu çalışmada ise, bu bu bilgiler ışığında, bu paradigmanın kültüre bakış biçiminin temel açmazlarının ortaya konulması amaçlanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kültür, modernist kalkınma paradigması, modernizm.

* Asst. Prof., Hacettepe University, Department of Economics, 06800, Beytepe/ANKARA, hatice@hacettepe.edu.tr

** Res. Asst., Hacettepe University, Department of International Relations, 06800, Beytepe/ANKARA, ozeri@hacettepe.edu.tr

INTRODUCTION

The modernist development paradigm¹ was especially active after World War II. Although it was mainly based on the development theories of the neoclassical school, it has its roots in the economic development theories from Adam Smith to Karl Marx. The modernist development paradigm studies the phenomenon of underdevelopment that may change and will be destroyed with capitalism. It has been influential in the determining of development policies imposed on underdeveloped countries, especially on those countries, which have gained their political independence after World War II. The modernist paradigm asserts that not only the economic structure but also many areas of the social structure, from ways of thinking and living to technological structure, need to change if the main aim of development policies is to break the cycle of poverty. It has had such an impact until the end of the 1970s that development theories and the modernisation theories proposed by this paradigm have been seen as identical. To this extent, Inglehard (1997) defined modernisation as follows:

“[A] Process that increases the economic and political capabilities of a society: it increases economic capabilities through industrialisation, and political capabilities through bureaucratisation. Modernisation is widely attractive because it enables a society to move from being poor, to being rich” (Inglehart, 1997: 5).

Within the framework of the modernist development paradigm, basically, *sustained positive growth* has been aimed and in order to reach this, (economic) growth and economic development have been deemed as one and identical. In this development paradigm, it has been claimed that more industrialisation, more commodity production and hence more increase in national revenue are necessary for economic development to become a reality, and to this end, various policies have been proposed.

However with the coming of the late 1970s, it has been noted that through the policy proposals of the modernist development paradigm, the income gap between less developed countries and developed countries was not decreasing, but widening. Hence, the way the modernist development paradigm presented / imposed information was being questioned explicitly or implicitly. Along with this questioning, it has been claimed that targeting economic development in the framework of the modernist development paradigm not only contained deficiencies, but also created many undesirable results. Some social scientists have stated that the modernist paradigm has, in addition to having further widened the income gap between countries, paved the way to certain global problems such as alienation, cultural deterioration and conflict, deterioration of the world’s ecosystem, and tragedy of commons.

As a result of the defects and shortcomings that the modernist development paradigm features, especially after the 1990s, some social scientists have scrutinised the deficiencies of the modernist development paradigm concerning issues such as women's problems, ethnicity, and minority rights. In this framework, the way the modernist development paradigm views culture and the problem of cultural development has also been questioned. In this context, this study aims to present the basic dilemmas of modernist paradigm's way of viewing culture. To this end, firstly the basic assumptions of this paradigm, and the theoretical / philosophical structure behind these basic assumptions will be studied and then the role that this paradigm attributes to culture on the path to economic development will be examined. Later on, the dilemmas of the way this paradigm views culture will be exposed.

1. THE BASIC CHARACTERISTICS OF THE MODERNIST DEVELOPMENT PARADIGM²

The most crucial characteristics of the modernist development paradigm are:

- In the modernist development paradigm, it is assumed that the individual is *homoeconomicus*. In this paradigm, the individual is a rational being who is aiming to maximise his/her own interests, a being who is materialistic and autonomous.

- In the modernist development paradigm, exchanges that take place among individuals who are economically autonomous and materialistic beings are entirely of economic nature, and hence, these exchanges can be regulated by the market mechanism.

- The modernist development paradigm has an economically deterministic characteristic. Since this paradigm accepts the laws of economics as the sole scientific knowledge, within the framework of this paradigm, *only* these laws explain the phenomenon of underdevelopment. Again under this paradigm, economic growth and economic development are seen as one and identical, and it is assumed that economic development will also bring along the overall development of the society and the individuals.

- In the modernist development paradigm, the main aim is to obtain sustained positive growth. In this context, (economic) development and economic growth are considered to have the same meaning.

- In the modernist development paradigm, there is confusion of means and end. In the early studies in the literature of development economics, it has

been indirectly or directly stated that *development for human* was the main aim and that in order to achieve this goal, sustained growth of production should be seen as an instrument. However, in the formation of the modernist paradigm, studies that emphasise the aim of sustained growth of production have been dominant. Besides, the aim of sustained positive growth would bring along problems such as alienation and the deterioration of the world's ecosystem. And as a result, the individual who uses nature and technology to achieve sustained positive growth would live increasingly under the constraints of nature and technology. In the modernist paradigm, these facts have been ignored.

- According to the modernist development paradigm, economic development is an *a priori* process, which needs to be defined, analysed, explained, and planned, and it would not be sensible to judge this process. In the economic development process, the good/bad, positive/negative, right/wrong oppositions are as meaningless and unscientific as the discussion of whether vanilla ice cream or chocolate ice cream is better. (Markovic, 1993: 50).

- The modernist development paradigm, which sees the development of societies and individuals in the economic development and more accurately in sustained positive growth, has a viewpoint which is far from being *homo-centric* and which is *commodity-centric* aiming to maintain a sustained growth of production.

- The modernist development paradigm holds a *Euro-centric* viewpoint along with the commodity-centric viewpoint. The Euro-centric viewpoint asserts that in the process of development there is an absolute and universal path, valid for all societies and economies, and that due to this, the "development" cannot differ among societies and cultures. This viewpoint ignores the fact that people could perceive development differently according to their identity (gender, religion, ethnic identities) or to the communities to which they feel they belong. In other words, in the Euro-centric viewpoint, an attitude which is closed to the difference of human existence and hence to its incomparability is displayed.

2. THE MODERNIST DEVELOPMENT PARADIGM AND CULTURE

In order to evaluate the role given to culture in the modernist development paradigm and its effect on the economic development process, first definition of culture needs to be provided.

2.1. The Meaning of Culture

The definition of the concept of culture is not distinct and clear, and this concept is being discussed in various disciplines, especially by anthropologists and sociologists. Although various definitions of culture exist, the oldest known and accepted one belongs to anthropologist Tylor (1871, 1958). According to this definition, “culture or civilisation is a complex thing which includes knowledge, beliefs, art, morality, laws, customs and all the dispositions and habits acquired by man as a member of society” (Gbotukama, 1992: 18). Half a century later, other anthropologists, Kroeber (1948), and Kroeber and Kluckhohn (1952) have taken up another definition, which was close to Tylor’s (Alexander and Kumaran, 1992: 11). Kroeber (1948) described culture as consisting of speech, knowledge, beliefs, customs, art and technologies, ideals and rules; what is learned from other men, from elders and what is added to it (Alexander and Kumaran, 1992: 11). Besides, in the studies of Kroeber and Kluckhohn (1952) the new dimensions of culture were evaluated and culture has been defined as a social heritage that the individual, as a social being has acquired. This definition emphasises that culture is shared and has distinctive forms that shapes human behaviour, and its essence is the values embodied in the beliefs of people (Alexander and Kumaran, 1992: 12).

Another important analysis on the definition of culture has been undertaken by sociologist Parsons (1951) who has considered culture or the belief system under four categories, which depended on whether they were cognitive or evaluative or whether they could be justified empirically: (1) cognitive ideas which are empirically verifiable are called knowledge; (2) cognitive ideas which are not empirically verifiable are philosophical ideas; (3) evaluative ideas which are empirically verifiable are ideology; (4) evaluative ideas which are empirically non-verifiable are religious ideas.

Following Durkheim and Weber, Parsons acknowledges the *Functionalist Approach* which focuses less on a progressive, even historical understanding of culture, but instead takes societies as static wholes, and seeks to discern the key social facts governing behaviour within each. The Parsonian theory of social action published in *The Structure of Social Action* (Parsons, 1937) posited three levels of analyses –structure, culture and personality, none reducible to any other (Bickerton, 2003: 5). Parsons’ study had a strong effect on relating subsequent theories of culture. It was one that some development economists including Rostow, and Leibenstein somehow dealt with³.

From the early 1970s, the attention of antropologists started to shift away from “functions” towards “meanings and symbols”. Geertz (1973), who

developed *Symbolic Anthropology*, asserts that cultures should be concerned with a product of active social beings who are trying to make sense of and find meaning in the world. Geertz took a neo-Boasian approach to cultures⁴, with an interest in pluralism and relative perspectives (Varisco, 2004: 96).

On the other hand, by developing four separate definitions with different meanings, Bocock (1992) has summarised the different definitions of culture: Culture has been defined as (1) cultivation of mind, arts, civilisation; (2) process of social development; (3) meanings, values, ways of life; and (4) practices which produce meaning (Bocock, 1992: 234). In addition, through two definitions that he developed, Kim (1993) has demonstrated that there were connections between these basically accepted definitions of culture and he has presented a definition of culture that is quite accepted among today's social scientists. According to this definition, in one, more narrowly circumscribed and traditional sense, culture is a realm of symbolic forms (literature, fine arts, music etc). In the other one, culture is the internally coherent and cohesive set of values, attitudes, beliefs, customs and ways of behaviour. In this broader case, culture is a realm of meanings. But the two concepts of culture are not mutually exclusive. In fact, culture as a realm of symbolic forms constitutes an important part of culture as a realm of meanings, since meanings are more often than not, expressed in symbolic forms (Kim, 1993: 83). Kim's two definitions of culture have become definitions that are more or less agreed upon by many of today's social scientists.

Apart from the different definitions of culture, which were stated by Bocock (1992) and Kim (1993), recently, some scholars (Asad, 1973; Wallerstein, 1990, 1997; Said, 1983, 1993; Gellner, 1994; Bhabha 1994) have highlighted the other crucial dimensions of culture, which bring up the relationship between culture and imperialism/eurocentrism, and also between culture and pluralism. While all of their contemporary readings of cultural dynamics pose themselves as manifest of Eurocentric thinking, at the same time, they shift the focus from "meanings and symbols" to (implicit/ explicit) "hegemonic power" in the study of culture. Reconsidering colonial anthropological texts, Asad (1973) asserted that the Western project's study of mankind had failed in practise because of inherent contradictions in their understanding of culture. Asad notes the two images of Non-Europeans that emerge from the European scholars: Islamic societies were persistently portrayed as inherently violent, thus necessitating external intervention and control, whereas many African societies (under indirect rule) were documented without any reference of colonial regimes (Bickerton, 2003: 8).

In his concept of culture, Wallerstein (1990) considers culture as a weapon in the battle between interest groups. Wallerstein (1997) asserts that

social science is a product of the modern world-system and there are five different ways in which social science has been claimed to be Eurocentric; (1) its historiography, (2) the parochiality of its universalism, (3) its assumptions about (Western) civilization, (4) its Orientalism, and (5) its attempts to impose the theory of progress. And it is the culture which has been the crucial expression in the formation of Eurocentrism which is based on these five different ways. Similarly, Said, who is the author/writer of *Orientalism* also considers this important dimension of the idea of culture: "...that is the power of culture by virtue of its elevated or superior position to authorize, to dominate, to legitimate, demote, interdict, and validate: in short, the power of culture to be an agent of, and perhaps the main agency for, powerful differentiation within its domain and beyond it too." (Said, 1983: 8-9). He clearly claims that culture literally serves both the international hegemonic powers and the state (Said, 1993).

2.2. The Way Modernist Development Paradigm Views Culture, and the Role Given to Culture in the Process of Economic Development

Modernist development economists have indispensable common ground in terms of the role that they give to culture in the economic development process, and this enables them to be considered under the same paradigm. However, at some point they partially disagree and support three important views (Gasper, 1996). According to the first of these views, culture is a factor, which prevents economic development. This is because the continuing and obstructive persistence of tradition would block substantial modernisation, as traditional values and institutions are incompatible with modernity (Dube, 1988: 506). According to the other argument, culture is considered to be a secondary policy tool in the economic development and the modernisation project. In fact, in both of these arguments, the traditional values and institutions of less developed countries have negative impact on the process of economic development. However, the most important difference in the second argument is that a linear transformation process from a traditional society to a modern society is unavoidable and that because of this, traditional structures which have a negative effect on economic development would inevitably end. The first view emphasised the immutability of tradition, the second considered it of no special consequence in halting the process of history. The former view continued to persist, though with a slight shift (Dube, 1988: 506). Thirdly and lastly, according to some modernist social scientists, culture is considered as a dependent variable, which does not influence economic development and which is therefore negligible.

Weber (1952) who first mentioned the positive effect of Protestantism in the development of capitalism is one of the first modernist social scientists who

asserted that culture would be an obstacle in the way of economic development. Weber did not mention the dynamic structure of culture much (Schech and Higgs, 2001: 21). Weber found that Protestant religious teaching and the secular interests that it generated, substantially contributed to the development of the spirit of modern capitalism. And, he argued that the spirituality and otherworldliness of Hinduism and Orientalism, along with its associated caste system, were not compatible with this system (Adams, 2001: 153). Some modernist social scientists (McClelland, 1969; Kluckhohn and Strodtbeck, 1961; Mishra, 1962; Kapp, 1963) who followed Weber, have tried to lay out the inhibitive effects of non-western cultures on development in the 1960's (Alexander and Kumaran, 1992: 18). On the other hand, recently, there has been a return to Weberian approach by a number of scholars that commonly refer to themselves as "neo-Weberians" such as Holton and Turner (1989), Swedberg (1998) or Landes (2000). In the leading article in the study of Harrison and Huntington (2000) in which the debate of 'culture and development' is broadened with 22 articles/papers, Landes begins with an important sentence "Max Weber was right". He claims that European capitalism was based on a unique combination of a particular institutional matrix and certain cultural values (Thompson, 2001:5).

However, the second view has a more optimistic outlook on the economic development processes of eastern cultures. This view has a relatively better grasp of the dynamic structure of culture in the modernist development paradigm, and asserts that cultural change is an indispensable element in the modernisation project (Dube, 1988). This is because, according to this view, along with the modernisation process, the structure of the eastern culture, which is an obstacle in the economic development, will dissolve, and at this point it will be possible to use cultural change policies in the economic development process as a secondary policy tool. For example, Rostow claims that cultural change would certainly occur throughout the linear stages of growth, and he openly asserts that cultural change policies are necessary for accelerating this process (Rostow, 1971: 18). Because, according to Rostow, individuals of these countries need to change their old cultures in order to adapt to modern institutions and activities: "Psychologically, men must transform the old culture... The face to face relations and warm, powerful family ties of a traditional society must give way, in degree, to new, more impersonal systems of evaluation in which men are judged by the way they perform specialised functions in the society" (Rostow, 1971: 58-59). Similarly, Leibenstein (1978) and Myrdal (1968) just like Rostow, have considered the process of cultural change as a requirement of transformation from traditional society to modern capitalist society and have accepted the accelerating policies of this process as secondary policy tools of economic development.

In summary, those who viewed underdevelopment as a direct consequence of a country's lack of sophisticated cultural traits, believed that the traditional values were not only mutable but should be replaced by modern values, enabling these societies to follow the (virtually inevitable) path of capitalist development (Thompson, 2001: 4).

On the other hand, according to a third approach, within the framework of modernist development paradigm, culture has been considered as a variable dependent in the economic development process. For example, in the 19th century Orthodox Marxist based literature, which is considered within the framework of the modernist development paradigm, techno-economic infrastructure has been dealt with as the primary factor in the determining of production systems, and as an ideology, culture has been considered as a reflection of this infrastructure (Kim, 1993: 80). According to this approach, the actualisation of (economic) development is dependent on the development of the techno-economic infrastructure, which displays a straight and linear change structure. In this development process, culture, which is a higher structure factor, is a dependent variable which does not influence economic development and which is hence negligible. In fact, there are certain problems associated with considering Marx's analyses of the capitalist system as development theory. Marx did not undertake a study of development of capitalism in the backward parts of world, limiting his attention to the maturing capitalism of Western capitalism⁵. To be sure, he understood capitalism to be a global phenomenon and treated it as such (Ake, 1988: 491). In the final analysis, this literature considers capitalism and imperialism as a stage of growth for underdeveloped countries as for the developed countries, and assesses development as a universal phenomenon, which occurs in essentially the same way through societies and phases of history (Ake, 1988: 493).

Just as in Orthodox - Marxist analysis, some mainstream economists also consider culture as a variable which does not affect economic development. Especially according to some modernist mainstream economists who emphasise universality, if economy is operating properly there is no obstacle for economic development to occur. "Get the prices right, get the policies right, and efficiency and growth are yours for the having" (Adams, 2001: 153). No matter what their religious belief, level of knowledge, or culture, all societies will catch up with the economic development process because, self-interest, the eye of profit, and the devising of labour-saving advancements are, irrespective of time or place, omnipresent (universality) features of the human nature (Adams, 2001: 153).

Considered under the modernist development paradigm and studied under three categories because of the partial differences that they present, these three different viewpoints have some basic mutual factors which cause them to be

considered under the modernist development paradigm: Firstly, these three different viewpoints, in terms of their basic characteristics, have all of the general characteristics which the modernist paradigm has. Secondly, in terms of the way they view culture, all three different stances have ignored the internal dynamism that culture as a living organism has, and they have considered culture as epiphenomenal. Thirdly, all of these three different viewpoints have considered western culture as the only suitable culture on the way to economic development and industrialisation process. Lastly, all three points of view have disregarded the power that culture has in influencing the other areas of society (economy, technology, politics, etc.). In fact, culture is an indispensable base of each country's modernisation project. Yet, the determining role of culture on socio-economic events, through the effect of a modernist / positivist tradition, has been limited in both the neoclassical development literature and the Orthodox-Marxist literature.

3. THE MAIN DILEMMAS OF THE MODERNIST DEVELOPMENT PARADIGM'S VIEW TOWARDS CULTURE

The modernist development paradigm, which enabled the successful industrialisation of the West, has certain problems in itself in terms of the way it views culture, and it contains the seeds of its own death. The outlook of the modernist development paradigm towards culture and the cultural dimension of the paradigm, which considers non-western cultures as homogenous, unchanging and incompatible with their cultures have mainly three separate important dilemmas and each of these is treated by social scientists as separate study areas.

The first of these dilemmas is the cultural conflict, which emerges from the inability of simultaneously implementing economic development and cultural development. Since the modernist development paradigm aims for unlimited *economic* growth and advancement, even if the *social* targets of the development model in this paradigm (such as attaining welfare state) are attained, the unlimited commodity production demand will continue. In this case, a conflict will openly emerge between the cultural values system and fast changing socio-economic realities; this is such that, the system of cultural values would fall behind socio-economic change (Kim, 1993: 82). The gap between cultural system and socio-economic realities will cause various problems; will cause the formation of cultural deterioration problems.

According to Bell (1976) who studies the sources of the cultural conflicts of the modern capitalist society, in the modern western world there are two basic motives. One is "Puritan, Whig capitalism, in which the emphasis was not

just on economic activity but on the formation of character (sobriety, probity, work as a calling)", the other is a "secular Hobbesianism, a radical individualism which saw man as unlimited in his appetite which was restrained in politics by a sovereign but ran fully free in economics and culture" (Bell, 1976: 80). While the western industrial society demands the continuation of the protestant ethic in the production area, at the same time it nourishes a feeling of satisfaction to create conspicuous consumption in the consumption area. As a result, in order to better deal with new and changing conditions, to adapt to continuous commodity increase and unlimited consumption increase, cultural synthesis need to change in a manner that will conflict with puritan capitalism. In other words, a crisis occurs between the motivation of the individual born out of Hobbesianism and the ethical aim of the society born out of puritan capitalism, and hence a conflict emerges between the socio-economic area and the cultural area of the modern capitalist society.

The second important dilemma created by the way the modernist development paradigm views culture results from the economic dimension: This development paradigm forms its spatial organisation theories within the framework of modernist-rationalist rules and considers space in a dead, static and non-dialectic manner. However, the Fordist mass production system, which can be considered as an extension of the modernist paradigm, has begun to dissolve starting from the 1970s. In this system, space has been considered as a dead, static factor, and in this framework, local values and culture have been perceived as dependent, secondary or passive factors. With the dissolution of the Fordist production system, capitalism especially in the 1980s and 1990s has re-oriented itself to new quests in order to re-nourish itself. In this process of capitalism to regenerate itself, space, is being presented as a natural element of all social, economic, cultural and political developments; in other words, space, is no longer a passive element, but becomes an active element in the formation and generation of the structure (Eraydin, 1992: 31). Space becoming an active element in explaining social and economic facts has brought locality to the foreground in the production process and has enabled the formation of the local development approach⁶ instead of general development or old regional development policies. As a result of this, under the local development approach, the issues of "industrialisation, spatial interaction, and spatial transformations" and with this, the issue of the human in location and cultural elements have appeared in the agenda (Eraydin, 2002). In other words, especially since the 1990s, in a world where globalisation and localisation continue as a whole, capitalism has entered a process of creating new areas for itself by using the comparative advantages of non reproducible geographical / historical / cultural values at the local/regional level, and hence the outlook of the modernist development paradigm towards location and culture has dissolved because capitalism, which has entered into a process of globalisation, clashed with the

demands of economy. As a result, in the self-regeneration and re-nourishment process of capitalism, unlike in the modernist development paradigm, it is not the reduction of regional, local and hence cultural diversities and differences that has been emphasised but the need to protect and use these diversities and differences in a manner appropriate for the needs of the capitalist system.

The third important dilemma created by the way that the modernist development paradigm views culture results from ethical dimension. As mentioned above, in the modernist development paradigm, an ethnocentric understanding, which considers different cultures as a difficulty for development, is dominant. In this understanding, on one hand the existence of one single culture which will catch the spirit of development, and which is most appropriate for human civilisation is accepted and desired, on the other hand, the engagement of the remaining cultures onto the dominant culture under cultural imperialism is considered as a natural process of industrial development. In the framework of this paradigm, hegemony will be formed in whole; this is such that, whoever holds hegemonic power in the economic area will wield that power politically, military and culturally as well. In other words, with the modernist development paradigm, under an ethnocentric approach, an understanding which asserts the existence of a best culture or group of cultures over all other cultures and which claims that cultural dominance is a function of economic-military-political power and hence places western culture as the protector of other cultures is dominant (Oruka, 1993). And of course, such an understanding presents the ethical dimension of culture (Oruka, 1993).

The ethical aspect of the way modernist development paradigm views culture has been questioned especially after the 1990s by certain development ethics studies such as the *Basic Needs Ethics* and the doors to a new development paradigm have been opened. With the literature of development ethics and the basic needs ethics, issues such as human rights, equality, identity, local cultures, local values, and minority rights started to be dealt with widely in the concept of development. However, it is only under recent development ethics studies (Sen, 1985; Nussbaum, 1992; Crocker, 1992; Gasper, 1996; Khan, 2004) that these issues have lead to more profound discussions, the issues discussed have become more distinct and clearer, and the conflicts concerning these issues were revealed, and studied in the framework of alternative theories.

While *Basic Needs Ethics* objects to universal-modernist paradigm which ignores both cultural choices/cultural identities and individual choices/identities, and which presents an absolute and universal knowledge in this framework, this approach also challenges post-modernism which presents relativity as the primary characteristic and hence misses certain universal forms. With this new approach, in the development concept the need to raise the

quality of living standard for all of the world societies and individuals under criteria such as human rights, equality, diversity, identity, local cultures, local values, minority rights, democracy, welfare has been put forward. In the framework of this paradigm, any consideration of quality of life will be meaningless if it does not take into account deeply held cultural values. Similarly, human resource development has vital cultural underpinnings. The notion of basic or minimum needs again is originally linked to culture. And most human situations and goals lean on cultural definitions and valuations (Dube, 1988: 507). Since, culture has important aesthetic, psychic, creative, and integrative functions, according to this paradigm, culture cannot for any reason be given a secondary role (Dube, 1988: 508).

As a result, through the last two major cultural problems (the economic and ethical dimension of culture) created by the general structure of the modernist development paradigm, and specifically by the way it views culture, the modernist development paradigm has started to dissolve. Today, the connection between techno-economic structure and culture is being considered more realistically.

Many scholars (Lash and Ury, 1987; Wallerstein, 1990; Amin, 1997; Appadurai 1998) who aim to understand the complexity of global cultural economy either within neo-Marxist approaches or not, have recently begun to theorise the fundamental relations between economy, culture and politics. For example, Wallerstein strictly criticised modernist paradigm which separates social life into three three relatively autonomous spheres; a political sphere centring around the state, an economic sphere centring around the market and more vaguely a sort of socio-cultural sphere centring around civil society (Kumar and Weiz, 2001: 222). According to him, culture can not be understood independent of economics and politics or derivate of others, it has to be seen as a part of an integrated process. Similarly, according to Appadurai (1998), in order to analyse global cultural economy, culture needs to consider the relationship between five dimensions of the system: ethnoscaples, mediascaples, technoscaples, financescaples and ideoscaples. His hypothesis is that the relationship of these dimensions is context-dependent relating to social forms, events or cultures, which doesn't mean that the relationships among them are random or meaningless⁷.

Hence, in summary, for many social scientist culture is no longer epiphenomenal, but it is linked with economic structure, sometimes as the initiating factor, at other times as the reactive factor. With the dissolution of the way the modernist development paradigm views culture, culture is now seen as a dynamic factor in determining the conditions of development and the view,

which considers the role of culture on economic development as a secondary, or luxury parasite is considered as an anachronism.

CONCLUSION

The modernist development paradigm and the way this paradigm views culture have started to dissolve especially starting in the 1990s because of certain dilemmas. Although there are disagreements concerning the way the modernist development paradigm views culture, these have basically not been disruptive to the essence of the paradigm. This ethnocentric outlook of the modernist development paradigm, which basically fails to reconcile non-western cultures and economic development, holds major economic, sociological and philosophical problems. First of all, there is an ethical dimension to this ethnocentric viewpoint. In addition to this, sociologically, the social ethical values of puritan capitalism, and the unlimited production and consumption demands based on secular Hobbesianism cause an opposition and a conflict between economic development and cultural values. Lastly, the static spatial theories of the modernist development paradigm, and its understanding of culture, have conflicted with capitalism's process of creating new areas for itself by using the comparative advantages of non reproducible geographical/historical/*cultural* values at the local/regional level, especially since the 1990s in a capitalist world where globalisation and localisation continue as a whole.

The cultural conflict dimension of the problems concerning the way the modernist development paradigm views culture, displays a characteristic that is different from the ethical and economic dimension. In the quest for finding alternatives to ethical and economic problems that the modernist paradigm holds, the modernist paradigm's view "non-western cultures cannot coexist with economic development process" is being rejected, and solutions are being sought out again in the capitalist system. However in the analysis of the cultural conflict dimension, it is mainly not the dilemmas of the view of the modernist development paradigm to non-western cultures, but the dilemmas that capitalism and the modernist paradigm carry within themselves that are exposed.

Along with the two important cultural problems (ethical and economic dimensions) that the general structure of the modernist development paradigm and especially the way it views culture create, the modernist development paradigm has started to dissolve. Today, the link between techno-economic structure and culture is evaluated more realistically. Far from being epiphenomenal, culture is connected with the economic structure, sometimes as

an initiating factor, other times as a reactive factor. In this new viewpoint, where culture is accepted as a living organism, it is asserted that all cultures could perform successfully in the economic development process provided that they protect and re-generate their values, and that they engage in cultural exchange with other cultures.

NOTES

¹ We have accepted Mainstream, Orthodox-Marxist and Keynesian development analyses under *the modernist development paradigm* since they have been formed under the rationalist and modernist-positivist framework. The modernist viewpoint can in short be defined as the extreme scientific attitude where as a tool for producing knowledge, the determinism of empiricism and positivism is dominant, where a sharp distinction is placed between the knowing subject and known object, where knowledge about known object is absolute and universal (Ercan, 2001).

² This section was presented at the 7th Annual Conference of the Association for Heterodox Economics "Pluralism in Economics" City University, London, on 16 July 2005.

³ Rostow (1971), in the add-on section of his famous book "Politics and the Stages of Growth," gave important coverage to Parsons's definition of culture and asserted that this was deficient and faulty. According to Rostow, Parsons had defined culture outside of the theoretical structure. But it played the essential role of giving substance to cognitive, cathetic, and evaluative modes of orientations, which led men to act in particular circumstances, with respect to the objects of orientation, and culture itself was one of the objects of orientation. (Rostow, 1971: 336). Along with this, Rostow has stated that this was a landmark study about culture: "specifically, this book's insistence on the inescapable uniqueness of culture — and therefore, its unabashed, theoretical open-endedness — may encourage more work on culture, spirit, or national style..." (Rostow, 1971: 355).

⁴ The move towards a more pluralistic and historical approach to culture was already being developed by F. Boas (1858- 1942). Boas emphasised the notion of cultures rather than a single culture and accepted that cultures were always a fusion of elements originating in various times and places.

⁵ In fact, in Orthodox-Marxist literature, through analysis of Asian type production it has been exposed that the production style of eastern societies is quite different when compared to the feudal production style. However, this analysis holds some deficiencies. Firstly, the continuity of this production style with other production styles has not been established. It lacks internal dynamism, and there are no dialectics of development specific to it. In Engel's *Anti-Duhring* and *The Origins of the Family*, where he analyses modes of production, it simply disappears (Ake, 1988: 491). In Orthodox-Marxist literature, the deficiencies of development discussions specific to less developed countries was reflected upon the Internationals as well, and this problem in the Internationals did not generate interest.

⁶ Local development in short is defined as the process of activation of change processes that are characteristic to the locality. In this process, instead of regional plans where large scale public / private sector investments are emphasised, a development route

which adopts the principles of smaller-scale projects, sustainability, and participation is being formed. In this development route, each sub region can have its own potentials and these sub regions can compete in the information society. Hence, in local development, an approach, which considers the economic, social, environmental, and locational structures and the situation of human resources, is gaining ground instead of a standard interference area of plans approach. (Elvan, 2002: 94).

⁷ Appadurai states that the causal-historical relationship among these various flows is not random or meaninglessly contingent but that current theories of cultural chaos are insufficiently developed to be even parsimonious models at this point, much less to be predictive theories, the golden fleeces of one kind of social science (Appadurai, 1998: 47).

REFERENCES

- Adams, J. (2001) "Culture and Economic Development in South Asia", **The American Academy of Political and Social Science (AAPSS)**, 573, 152-176.
- Agazzi, E. (1993) "Cultural Development as a Goal for Mankind" in I. Kucuradi and E. Agazzi (eds.), **Philosophy and Cultural Development**, Ankara: Philosophical Society of Turkey Publications.
- Ake, C. (1988) "The Political Economy of Development: Does it have a Future?", **International Social Science Journal**, 118, 485-497.
- Alexander, A. and K. Kumaran (1992) **Culture and Development: Cultural Patterns in Areas of Uneven Development**, London: Sage Publications.
- Amin, A. and N. Thrift (1995) "Globalisation, Institutional Thickness and the Local Economy" in P. Healey, S. Cameron and others (eds.), **Managing Cities: The New Urban Context**, London: John Wiley and Sons.
- Amin, S. (1997) **Capitalism in the Age of Globalization: The Management of Contemporary Society**, New York: Zed Books.
- Appadurai, A. (1998) "Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy" in **Modernity at Large Cultural Dimensions of Globalization**, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Asad, T. (1973) **Anthropology and the Colonial Encounter**, London: Ithaca Press.
- Bhabha, H. (1994) **The Location of Culture**, London: Routledge.
- Bell, D. (1976) **The Cultural Contradictions of Capitalism**, New York: Basic Books.
- Bickerton, E. (2003) "Multiculturalism in Anthropology", **Culture Wars**, Essays 2003-1. Available at <http://www.culturewars.org.uk/2003-01/multiculturalism.htm>

- Bocock, R. (1992) "The Cultural Formations of Modern Society" in S. Hall and S. Gieben (eds.), **Formations of Modernity**, Cambridge: Polity with Open University Press.
- Calaval, P. (1981) "The Region as a Geographical, Economic and Cultural Concept", **International Social Science Review**, 112, 159-172.
- Crocker, D. (1992) "Functioning and Capability: The Foundations of Sen's and Nussbaum's Development Ethic", **Political Theory**, 20, 584-612.
- Dube, S. C. (1988) "Cultural Dimensions of Development", **International Social Science Journal**, 118, 506-511.
- Elvan, L. (2002) "Bölgesel Gelişme ve Bölgelerarası Gelişmişlik Farkları" in S. Sayan (ed.), **Yerel Ekonomilerin Sürdürülebilir Kalkınması ve Çanakkale Örneği**, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yayınları.
- Eraydın, A. (1992) **Post-Fordizm ve Degişen Mekansal Öncelikleri**, Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Matbaası.
- Eraydın, A. (2002) **Yeni Sanayi Odakları: Yerel Kalkınmanın Yeniden Kavramlaştırılması**, Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Matbaası.
- Ercan, F. (2001) **Modernizm, Kapitalizm ve Azgelişmişlik**, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Gasper, D. (1996) "Culture and Development Ethics: Needs, Women's Rights, and Western Theories", **Development and Change**, 4, 627-661.
- Gbotokama, Z. (1992) "Voices from Africa" in Z. Gbotokama (ed.), **Cultural Identity and Under-Development in Sub-Saharan Africa**, Geneva: United Nations Publications.
- Geertz, C. (1973) **The Interpretation of Cultures**, New York: Basic Books.
- Gellner, E. (1988) **Encounters with Nationalism**, Oxford: Blackwell Publishers.
- Hamilton, P. (1992) "The Enlightenment and the Birth of Social Science" in S. Hall and B. Gieben (eds.), **Formations of Modernity**, Cambridge: Polity with Open University Press.
- Harrison, L. and S. Huntington (2000) **Culture Matters: How Values Shape Human Progress**, New York: Basic Books.
- Heresh, J. (1993) "Cultural Development? A Tentative Answer" in I. Kucuradi and E. Agazzi (eds.), **Philosophy and Cultural Development**, Ankara: Philosophical Society of Turkey Publications.

- Holton, R. and B. Turner (1989) **Max Weber on Economy and Society**, London: Routledge.
- Inglehart, R. (1997) **Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change**, Princeton: Princeton University Press.
- Khan, H. (2004) "Development as Freedom", **CIRJE Discussion Paper**, 78.
- Kim, Y. (1993) "Culture and Development: Toward a Conception of Cultural Development" in I. Kucuradi and E. Agazzi (eds.), **Philosophy and Cultural Development**, Ankara: Philosophical Society of Turkey Publications.
- Kroeber, A. L. (1948) **Anthropology: Culture Patterns and Processes**, New York: Harcourt: Brace and World.
- Kroeber, A. L. and C. Kluckhohn (1952) **Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions**, New York: Vintage Books.
- Kuçuradi, I. and A. Agazzi (1993) **Philosophy and Cultural Development**, Ankara: Philosophical Society of Turkey Publications.
- Kumar, A. and F. Welz (2001) "Culture in the World System: An Interview with Immanuel Wallerstein", **Social Identities**, 7: 221-231.
- Lash, S and J. Urry (1987) **The End of Organized Capitalism**, London: Polity Pres.
- Leibenstein, H. (1978) "Population, Development and Welfare" in K. Button (ed.), **The Collected Essays of Harvey Leibenstein**, Aldershot: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Markovic, M. (1993) "Culture and the Prevalent Paradigm of Development" in I. Kucuradi and E. Agazzi (eds.), **Philosophy and Cultural Development**, Ankara: Philosophical Society of Turkey Publications.
- McClelland, D. (1969) **Motivating Economic Achievement**, New York: Free Press.
- Myrdal, G. (1968) **Asian Drama: An Enquiry into the Poverly of Nations**, New York: Harper and Brothers.
- Nussbaum, M. (1992) "Human Funtioning and Social Justice: In Defense of Aristotelian Essentialism", **Political Theory**, 20, 202-246.
- Oruka, O. (1993) "A Philosophical Conception of Cultural Development" in I. Kucuradi and E. Agazzi (eds.), **Philosophy and Cultural Development**, Ankara: Philosophical Society of Turkey Publications.
- Parsons, T. (1937) **The Structure of Social Action**, New York: Mc Graw Hill.

- Parsons, T. (1951) **Social System**, New York: Free Press.
- Rostow, W. W. (1971) **Politics and the Stages of Growth**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Said, E. (1983) **The World, the Text, and the Critic**, Cambridge: Harvard University Press.
- Said, E. (1993) **Culture and Imperialism**, New York: Knopf.
- Schech, S. and J. Haggis (2003) **Culture and Development**, Cornwall: Blackwell Publishing Ltd.
- Sen, A. (1985) **Commodities and Capabilities**, Amsterdam: North Holland.
- Swedberg, R. (1998) **Max Weber and the Idea of Economic Sociology**, Princeton: Princeton University Press.
- Thompson, H. (2001) "Culture and Economic Development: Modernisation to Globalisation", **Theory & Science**, 2.
- Touraine, A. (1988) "Modernity and Cultural Specificities", **International Social Science Journal**, 118, 443-457.
- Tylor, E. B. (1958) **Primitive Culture**, New York: Harper.
- Varisco, D. M. (2004) "Reading against Culture in Edward Said's Culture and Imperialism", **Culture, Theory & Critique**, 45, 93-112.
- Wallerstein, I. (1990) "Culture as the Ideological Battleground of the Modern World-System" in M. Featherstone (ed.), **Global Culture**, London: Sage.
- Wallerstein, I. (1997) "Eurocentrism and its Avatars: The Dilemmas of Social Science", **New Left Review**, 226, November-December, 1-16.

PAZARLAMA ETİĞİNE GÖSTERİLEN TEPKİLER VE TÜKETİCİ AHLAK ANLAYIŞIYLA İLİŞKİSİ

Murat AKYILDIZ *
Mehmet MARANGOZ**

Özet

Bu çalışmanın amacı, işletmelerin pazarlama faaliyetlerine ilişkin etik davranışlarına tüketicilerin gösterdiği tepkiler ve bu tepkilerin tüketicilerin benimsediği ahlak anlayışına göre değişip değişmediğini belirlemektir. Bu amacı gerçekleştirmek için anket yöntemi kullanılmış ve 520 kullanılabilir anket formu analize tabi tutulmuştur. İstatistiksel yöntem olarak faktör ve kanonikal korelasyon analiz tekniklerinin kullanıldığı çalışma sonuçları, mutlakıyetçi ve durumsalçı ahlak anlayışına sahip tüketicilerin, işletmelerin pazarlamayla ilgili etki davranışlarına karşı hem teşvik edici, hem de caydırıcı tepkiler verirken, etik sorunlara karşı da duyarlı davrandıklarını göstermiştir.

Anahtar Sözcükler: Tüketici ahlakı, tüketici tepkileri, ahlak anlayışları.

Abstract

Reactions to Marketing Ethics and Its Relationship to Consumer Sense of Morality

The aim of this study is to explore the consumers' reactions to companies' ethical behaviours regarding marketing activities and whether these reactions change depending on the sense of morality. For this purpose; survey has been used and 520 usable survey forms have been analysed. The results of the study in which factor and canonical correlation analysis techniques have been used as the statistical method have revealed that consumers who have absolute and situational sense of ethics both give encouraging and deterring reactions to firms' ethical behaviours regarding marketing and are sensible to ethical problems.

Keywords: Consumer morality, consumers' reactions, sense of morality.

*Yrd. Doç. Dr., Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Biga Meslek Yüksek Okulu, akyildizmurat@hotmail.com

**Yrd. Doç. Dr., Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mehmetmarangoz48@yahoo.com

GİRİŞ

İşletmelerin etik davranış göstermeleri gerektiği düşüncesi günümüze özgü bir beklenti değildir. Bununla beraber; son yarım yüzyıldan bu yana, tüm faaliyet süreçlerine yansıyan teknolojinin neden olduğu değişimin ahlaki uygulama alanlarını çeşitlendirmesi, işletme etiğine verilen önemi daha da artırmıştır. Bunun da ötesinde faaliyet süreçlerinin çevre ve insan sağlığı üzerinde giderek daha fazla tehlike yaratması, artık işletmelerin sadece değişim sürecinde yer alan faaliyetlerle ilgili konularda erdemli davranmalarını değil, topluma karşı sosyal sorumluluklarını da yerine getirmelerini gerekli kılmıştır (Aiking ve Boer, 2004; Lantos, 2001). Bütün bu gelişmeler, işletmeleri sosyal sorunlara karşı hassas olduklarını gösterme çabasına sokmuştur. Bu çabanın altında yatan temel nedense; tüketicilerin, sosyal sorunlara ilgi gösteren firmalara karşı destekleyici davranacakları varsayımdır (Maignan ve Ferrel, 2003: 55).

Bu varsayımdan hareket edildiğinde işletmelerin ahlaki uygulamalarında en kritik rolü pazarlama üstlenmiştir. Bunun iki önemli nedeni vardır. Birincisi, pazarlamanın işletmelerin topluma açılan kapısı olması; ikinci de, tüketici talebini biçimlendirmesidir (Vallee, 2005; Lantos, 2002). Şüphesiz tüketici talebinin, toplumsal refahı artıracak şekilde biçimlendirilmesi büyük ölçüde işletmelerin nasıl bir pazarlama ahlakını benimsediğine bağlıdır. Ancak kapitalist sistemde faaliyet gösteren işletmelerin kendilerine uzun dönemde yarar sağlayacak ahlaki davranışları göstermeleri, yaşamlarını tehlikeye atmayacak ölçüde finansal kazanç sağlamalarıyla mümkündür (Karna vd., 2003; Frankental, 2001). İşletmelerin finansal kazançlarının temel kaynağı ise tüketicilerdir. Bu yüzden pazarlamanın öncülüğünde başlatılan ahlaki uygulamaların başarısı karşılıklı sorumluluk çerçevesinde tüm toplum kesimi, özellikle tüketiciler tarafından desteklenmesine bağlıdır. (Lantos, 2001). Nitekim tüketicilerin satın alma güçleriyle şirketlerin davranışı üzerinde etkili olduğunu gösteren araştırma sonuçları, bu görüşü destekler niteliktedir (Mohr vd., 2001: 68).

Bütün bu gelişmeler araştırmacıların tüketici ahlakına ilgi göstermelerine neden olmuş, bu çerçevede ahlak anlayışının tüketici davranışlarına nasıl yansıdığı ve farklı kültürlere göre nasıl değiştiği incelenmiştir (Rawwas vd., 2005; Swadian vd., 2004; Al -Khatip vd., 2004; Torlak, 2003; Vitell, 2003, Polonsky vd., 2001). Diğer bazı araştırmalar ise tüketicilerin ahlak algılamaları üzerinde etkili olan faktörleri incelemiştir (Mohr vd., 2001; Crayer ve Ross Jr, 1997). Yeşil pazarlamayla ilgili olanlar bir tarafa bırakılırsa, bu araştırmaların çok azında tüketicilerin pazarlama ahlakına gösterdiği tepkiler incelenmiş (Mohr vd., 2001; Crayer ve Ross Jr, 1997; Torlak, 2003). İşte bu çalışmada da böyle bir konu ele alınmış, işletmeler tarafından gösterilen ahlaki davranışlara

tüketicilerin gösterdiği tepkiler, bu tepkilerin tüketici ahlakına göre değişip değişmediği araştırılmıştır.

Araştırma sonuçları, tüketicilerin etik anlayışlarından hareketle, daha etkin pazarlama stratejilerinin oluşturulması kadar; gerek pazarlamacılara, gerekse medya, hükümet ve benzer gruplara sürdürülebilirliğe hizmet eden ortak bir tüketici kültürünün yaratılması konusunda önemli yararlar sağlayabilir.

1. AKADEMİK YAZIN TARAMASI

Şüphesiz, işletmelerin ahlaki konularla ilgili davranışlarına karşı, tüketicilerin gösterdiği tepkiler, sosyal, psikolojik, sosyo-psikolojik ve kişilik faktörlerine bağlı olarak çok farklı şekilde ortaya çıkabilir. Sayıları ne olursa olsun tüm bu faktörlerin bireyler üzerinde yarattığı etki iki farklı şekilde ortaya çıkabilir. Birincisi, değer anlayışı kazandırması; ikincisi değer anlayışını yansıtmaya biçimini etkilemesidir.

Kültür, alt kültür, öğrenme, yetişkinlik öncesi güvenlik ve ekonomik şartlar gibi faktörler bireylerde değer anlayışı yaratırken; referans grupları, gereksinim öncelikleri, kişilik özellikler gibi faktörler de değer anlayışının eyleme dönüştürülme biçimini etkileyebilir (İslamoğlu, 2003, Mclarney ve Chung, 1999, Tek, 1997). Örneğin cesur-çekingem, inatçı-uysal gibi zıt kişisel özelliklere sahip bireyler aynı değer yargılarına sahip olmasına rağmen, benzer olaylara farklı tepkiler gösterebilir. Bununla beraber, bireyler nasıl bir kişilik yapısına sahip olursa olsun, uygun koşullar oluştuğunda kendi değer yargılarını yansıtmaya eğilimindedirler (Swadian vd., 2004). Ahlaki davranışlarla ilgili yargılar ise, genellikle farklı ahlak felsefesini savunan kuramsal modellere dayandırılır (Alkhatip vd., 2004, Ülgen ve Mirze, 2003). Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde ahlak felsefesiyle ilgili yazın incelenmiştir.

1.1. Ahlak ve Ahlak Felsefesi (Etik)

İnsan eylemlerinin toplumsal hayata zarar vermeden sürdürülmesiyle ilgili olarak konuşma dilimizde yer alan ve Arapçada “hulk” kökünden gelen “ahlak” kelimesi; Latince’de “mos-moralitas”, İngilizce’de “moral-morality” ve Grekçe’de “ethos-ethikos” kelimelerinden türetilen “etik” kelimesinin karşılığı olarak kullanılmıştır (Ülgen ve Mirze, 2004: 440).

Aslında, töre, gelenek ve alışkanlık anlamını taşıyan ahlak ve etik kelimelerinin her ikisinin birbirleriyle yakın ilişkileri nedeniyle çoğu kez eş anlamlı olarak kullanılmalarına rağmen, bu iki terimin farklı anlamlar taşıdığı ileri sürülmektedir. Örneğin Türkçe yazında; **ahlak**, bir bireyin veya toplumsal

sınıfın inanç ve tasarımlar sistemi olarak tanımlarken; *etik*, iyi ya da kötü davranışları belirleyecek ölçütlerin neler olabileceğini belirleyen *ahlak felsefesi* olarak tanımlanmaktadır (Torlak, 2003: 85). Bir başka kaynağa göre de *ahlak*, bireylerin birbirleriyle ve devletle olan ilişkilerinde toplum düzenini korumaya hizmet eden davranışların gösterilmesini amaçlayan kurallar ve normlar olarak tanımlanırken; *etik*, geçmişten bugüne davranış ve eylemlerin ahlaki bakımdan doğru veya yanlış olduğuna dair değerlendirmeler olarak tanımlanmakta ve ahlakın etiğin araştırma konusunu oluşturduğu vurgulanmaktadır. Diğer bir ifadeyle ahlak, kültürel değerler ve ideallerle ilgili doğru ve yanlışlar ile bunlara uygun olarak nasıl davranılması gerektiğini belirlerken; *etik bu soyut kavramlardan ne anlaşılması gerektiğini belirlemeye çalışır* (Ülgen ve Mirze, 2003: 442). Türkçe yazınlardaki etik ve ahlak kavramı arasındaki birinci derecede öncelikli ayırım noktasının; etiğin, ahlaki davranışları belirleyen kural ve normların hangisinin doğru hangisinin yanlış olduğunu belirlemeye yönelik sorgulama, doğruyu bulma ve anlama çabasına yönelik akıl yürütme, yani etiğin bir ahlak felsefesi olduğudur. Crane ve Desmond ise (2003: 566); *ahlaki (morality)*, herhangi bir kültürde doğru ve yanlış kavramlarını karakterize eden kullanımdaki sosyal norm ve kurallar kümesi olarak tanımlarken; *etiği (ethics)*, bu kuralların resmileştirilmesi ve kodlanması olarak tanımlamıştır. Buna karşılık bazı yazarlar, ahlak (morality) ve etik (ethics) kelimeleri arasında ayırma gitmenin gerekli olmadığını, ahlak kelimesinin sadece “morality” karşılığında kullanılmasının ahlak kelimesinin anlamının daraltılması olduğunu savunmaktadır (Arslan, 2005: 5–6).

Ancak, ahlak teriminin etiği de içerdiği kabul edilse bile, belki de bazı ayrıntılara dikkat çekmek amacıyla, son yıllarda akademik yazınlarda bu terimlerin farklı anlamlarda kullanılması giderek yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu bakış açısıyla herhangi bir ahlaki uygulamada, örneğin pazarlama alanında, müşterilere karşı dürüst davranmak *pazarlama ahlakı*; malın kusurlarının müşteriden gizlenmemesi de, *pazarlama etiği* olarak düşünülebilir. Burada dürüstlük, doğru davranışı; malın kusurların müşteriden gizlenmesi de, dürüstlük kavramından ne anlaşılması gerektiğini ifade etmektedir. Bu durum, doğru davranışların her iki kavramın kesişim noktasında yer aldığını göstermektedir. Ancak doğru davranışların neler olması gerektiği konusu, etik (ahlak felsefesi) içinde yer almaktadır. Etiğin felsefeye konu olması bazı doğruların zamanın ve kültürün bir fonksiyonu olması nedeniyle akıl yürütmeye açık olmasından kaynaklanır. Akademik yazınlarda ahlak anlayışlarını açıklayan çeşitli kuramsal yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlardan en yaygın olanları deontolojik, teleolojik ve görecelik yaklaşımlarıdır.

Deontolojistler bir davranışın ahlaki olup olmadığını önceden belirlenen kural ve normlara göre değerlendirirken; teleolojistler, yarattığı sonuçlara göre değerlendirirler (Rawwas *vd.*, 2005). Deontolojik felsefeyi temsil eden başlıca

ahlak anlayışları haklar ve adalet yaklaşımıdır. Haklar yaklaşımı, bir davranışın bireylerin hak ve yetkilerini nasıl etkilediğiyle ilgilenirken, adalet yaklaşımı davranışların bireylere yüklediği sorumluluk ve yararların dürüstçe dağıtılmasıyla ilgilenir (Cramer vd., 1997: 422).

Teleolojik felsefeyi temsil eden faydacılık yaklaşımı ise, bir davranışın herkese değil, çoğunluğa yarar sağlayıp sağlamadığıyla ilgilenir. Eğer bir davranışın sonuçları çoğunluğa fayda sağlıyorsa ahlaki olduğu kabul edilir (Lantos, 2001). Teleolojik felsefe içinde incelenebilecek bir başka yaklaşım çıkarıcı (egoist) ahlak yaklaşımıdır. Çıkarıcılık yaklaşımı; davranışları, bizzat eylemi gerçekleştiren kişiye fayda sağlayıp sağlamadığına göre değerlendirir. Eğer davranışlardan kısa süreli yararlar elde etme amaçlanıyorsa “psikolojik egoizm”; uzun süreli yararlar elde etmek amaçlanıyorsa “ahlaki egoizm” olarak adlandırılmaktadır (Crane ve Desmond, 2002: 555).

Görecelik (relativizm), ahlaki standartların içinde yaşanan kültüre göre değiştiğini savunan bir yaklaşımdır. Görecelik, yargılar söz konusu olduğunda bireylerin evrensel değeri ne ölçüde reddettiğini ifade eder. Görecelik anlayışı, ahlakın evrensel ilkelerden türetilmemesini, zaman ve kültürün bir fonksiyonu olduğunu savunur. Relativistler, neyin doğru neyin yanlış olduğu konusunda bütün insanlar için ahlak ilkeleri formüle edilemeyeceğini savunurlar (Swadian vd., 2004: 752). Diğer bir anlatımla göreceliği savunanlar ahlaki standartları, kendileri veya çevrelerindeki insanların değerlerinden hareketle tanımlarlar (Torlak, 2003: 129).

Tüm bu ahlak anlayışlarında göze çarpan en önemli farklılık, gerek deontolojik gerekse teleolojik yaklaşımlarda bir davranışla ilgili doğru davranışın kişiden kişiye göre değişmemesi gerektiği vurgulanırken, görecelik yaklaşımında doğrunun değişmez bir kavram olmadığı savunulmaktadır.

Rond (1996: 55), işletme ahlakının niçin başarısızlığa uğradığını açıkladığı makalesinde mutlak ve göreceli ahlak arasındaki ikilemi tuhaflik olarak tanımlamış ve farklı görüşlere sahip insanlar için ahlaki değerlerden bahsetmenin zor olduğunu savunmuştur. Ancak çeşitli kültürel çeşitliliğe sahip dünyamızda her alanda ve her konuda ortak bir ahlak anlayışının oluşturulma çabası, hem çeşitli zorluklarla dolu hem de tartışılabilir bir durumdur. Nitekim deontolojik yaklaşımın tanınmış savunucularından Kant, “bazı evrensel doğrular vardır ve bunlar zaman ve şartlara göre değişmez” ifadesini kullanırken, her doğrunun evrensel nitelikte olamayacağını ima etmiştir (Elçi ve Alpkan, 2006: 147). Bu nedenle yazınlarda, ahlak anlayışına sosyal, taktiksel ve deneyüstü olmak üzere üç şekilde yaklaşılması önerilmektedir (Orme ve Ashton, 2003, 185–186).

Sosyal(social) ahlak; evrensel ilkeleri kabul etmeyen ama uygarca yaşam için ahlak ilkelerine uyulması gerektiği düşüncesine dayandırılmıştır. Mutlak doğruları reddeden bu anlayışta uyulması gereken ahlak ilkeleri bir kültürden diğerine farklılık gösterebilir. Uygulama alanı açısından toplumsal ahlak alanında yer alan bu anlayış, taktiksel ahlaka dönüşebilir niteliktedir.

Taktiksel (tactical) ahlak; ihlalden kaynaklanan herhangi bir cezaya maruz kalmamak için yasalara ve kurallara itaat etmeyi öngören ahlaki yaklaşımdır. Davranışlar, doğru veya yanlış kavramlarına göre değil, çıkar sağlama amacına yöneliktir. Taktiksel ahlak, deneyüstü ahlak anlayışa dönüşümü mümkün görülen bir ahlaki yaklaşımdır. Taktiksel ahlak hem deontolojik, hem teolojik hem de görecelik anlayışının bir arada kullanılmasını gerektiren bir ahlak anlayışını temsil eder.

Deney üstü (trancendental) ahlak; doğru, yanlış ve adalet kavramlarının kültürel, sosyal veya coğrafi farklılığa aldırılmaksızın her yerde ve her durumda eşit bir şekilde uygulanmasını esas alan yaklaşımdır. Bu yaklaşım küresel bir ahlak anlayışını ifade eder. Uzun dönemde yarar sağlayan fakat kısa dönemde hoş olmayan kararlar almayı gerektirebilir. Deneyüstü ahlak tüm insanlığı ilgilendiren konularla ilgili ahlaki davranışları belirleyebilir. Ancak bu ahlaki yaklaşımında her durum için uygun olduğu savunulamaz.

1.2. Tüketici Ahlakının Önemi, Temelleri ve Ahlaki Algılama

Stratejik birimler ve stratejik sosyal sorumluluk teorileri, işletmelerin kendi finansal çıkarlarına en fazla hizmet eden gruplara öncelik verdiğini savunurken; karşılıklı sosyal sorumluluk teorisi de, sadece işletmelere değil, tüm çıkar gruplarının birbirlerine ve topluma karşı yerine getirmesi gereken sorumlulukları olduğunu savunur (Lantos, 2002; Aldemir, 1988).

Diğer bir anlatımla, idealler değil, yaşadığımız dünyanın gerçeklerini dikkate alan bu yaklaşımlar, sürdürülebilirliği mümkün kılan ahlaki uygulamaların, sadece birbirleriyle etkileşim halindeki güçler arasında kurulacak dengeyle sağlanabileceğini açıklar. Kaldı ki, işletmeler ne kadar ahlaki temelleri esas alan pazarlama anlayışını benimserlerse benimsesinler, müşterilerinin ve potansiyel müşteri konumundaki tüketicilere rağmen, sırf toplum yararına olacağı için finansal çıkarlarına hizmet etmeyen uygulamaları yapma lüksüne sahip değildirler. Bu açıdan bakıldığında tüketicilerin ahlaki davranış gösteren işletmelere olumlu veya olumsuz tepkiler göstermesi son derece önemlidir. İşletmelerle tüketiciler arasında kurulacak dengede, ekonomik hayatın baş aktörleri olan işletmelerin organize olarak hareket edemeyen tüketiciler karşısında daha güçlü olmaları, tüketicilerin ahlak dışı uygulamalara karşı yasal güçlerle korunması sonucunu getirmiştir (Özdoğan, 2007). Bununla

beraber gerek yasal kuralların uygulanabilmesi, gerekse yasaların kapsamadığı ahlaki uygulamaların sağlanması için tüketicilerin işletme faaliyetlerine karşı göstereceği tepkiler son derece önemlidir.

Tüketicilerin işletmelerin davranışlarıyla ilgili yargıda bulunurken de, genellikle ahlak kuramlarını esas alırlar (Ülgen ve Mirze, 2003; Torlak, 2003). Ancak tüketicilerin bu kuramlardan birini benimsenmesi, diğerinden tamamen vazgeçtiği anlamını taşımayabilir.

Nitekim akademik yazındaki mevcut yaklaşımlar, bireylerin ahlaki inanç, davranış ve değerlerinin kişisel ahlak felsefesi veya bütünleşik kavramsal sistemden oluştuğunu varsayar. Her ne kadar kişisel düzeydeki ahlak felsefesi çok sayıda olsa bile, bireylerin ahlaki yargıları idealizm ve relativizm boyutlarında karşılaştırılabileceği ileri sürülmektedir (Forsyth, 1992: 461–464).

İdealizm, diğerlerinin refahını dikkate alan bireylerin anlayışını temsil eder. Yüksek derecede idealist olanlar, diğerlerine zarar vermektense daima kaçınan ve alternatifler arasından daha az zararlı olan davranışı seçme eğiliminde olmayan kimselerdir. Daha az idealist olan bireyler ise, yüksek derecede idealist olanların aksine, iyi sonuçlar elde edebilmek için bazen diğerlerinin zarar görmesini normal karşılayabilir. Bu yaklaşımda, yüksek derecede idealizm kural ya da nedenlere dayandırılan deontolojik ahlak felsefesini yansıtırken, düşük derecede idealizm, sonuçlara dayandırılan teleolojik ahlak felsefesini yansıtmaktadır (Alkhatip vd., 2004: 84).

Diğer taraftan relativizm, ahlaki yargılarda bulunurken evrensel nitelikteki kuralları reddeden bir anlayışı temsil eder. Genellikle yüksek derecede relativist olan kimseler kuşkuculuğu temel alan bir ahlak felsefesini benimser ve ahlaki yargılamada bulunurken kural ve ilkelerden çok içinde bulunulan durum ve şartlara göre karar verirler. Daha az relativist olanlar ise, standart kuralların kendi özel şartlarına bakılmaksızın karşılaşılan her duruma uygulanabileceğini varsayarlar. Dolayısıyla ahlak felsefesinin bu modeli, kural ya da sonuç yönlü ahlaki anlayışlarından birini seçmekten çok, ahlaki kural ve sonuçlara artan ve azalan derecelerde önem verildiğini varsayar (Forsyth, 1992: 462; Alkhatip vd., 2004: 84). İdealizm ve Relativizm boyutlarını esas alan Forsyth (1992: 462–464), mutlakiyetçilik, istisnacılık, durumsalcılık ve bireysel olmak üzere dört farklı ahlaki anlayış tanımlamıştır (Tablo 1).

Tablo-1: Bireysel Ahlak Felsefesinin Sınıflandırılması

İdeoloji	Boyutlar	Ahlaki yargılama
Durumsalcılık	Yüksek İdealizm Yüksek Relativizm	Eğer bir davranış karşılaşılan bir durumda en iyi olası çıktıları üretiyorsa ahlaki kuralları reddeder
Bireysellik	Yüksek Relativizm Düşük Relativizm	Davranışlarla ilgili ahlaki yargılamaları bireysel yararlarla göre belirler ve ahlaki kuralları reddeder
Mutlakiyetçilik	Düşük Relativizm Yüksek İdealizm	Olumlu çıktıların sadece ahlaki kurallara sıkı sıkıya uymakla sağlanacağını varsayar.
İstisnacılık	Düşük relativizm Düşük İdealizm	Ahlaki kurallara uyumu arzu eder, fakat istisnai durumlarda kuralların çiğnenmesine izin verir.

Kaynak: Forsyth (1992: 462).

Yüksek relativizm ve düşük idealizm alanında yer alan *bireycilik* (*subjectivism*) anlayışı, evrensel kuralları tamamen reddettiği gibi ahlaki ilkeleri de reddeder. Tamamen psikolojik egoizmle örtüşen bu yaklaşım, durumsalcıların aksine davranışların sonuçlarının diğerlerine göre değil, davranışı gösteren kişilere yarar sağlaması gerektiğini savunur. Bu anlayışa sahip bireyler, kendi davranışlarına referans olabilecekler hariç, hiçbir ahlaki değeri dikkate almaz. Ahlaki ilke ve olumsuz sonuçları sadece cezaya maruz kalma olasılığı yüksek olduğu durumlarda dikkate alan bu ahlak felsefesi taktiksel ahlak anlayışına da benzerlik göstermektedir.

Yüksek idealizm ve düşük relativizm alanında yer alan *mutlakiyetçilik* (*absolutism*), ahlak ilkelerine sıkı sıkıya bağlı olmayı, fakat davranış sonuçlarının da olumlu sonuçlar vermesini arzulayan bir ahlak anlayışını temsil eder. Bu anlayışın temsilcileri, başkalarına verilen zararları ayıplar ve temel ahlak ilkelerinin çiğnendiğini varsayar. Deontolojik ahlak anlayışıyla örtüşen bu yaklaşım aynı zamanda deneyüstü ahlak anlayışıyla da benzerlik göstermektedir.

Düşük idealizm ve düşük relativizm alanında yer alan *istisnacılık* (*exceptionism*), doğru davranışları göstermek için ahlaki ilkeleri rehber olarak kullanmakla beraber, kurallara sıkı sıkıya bağlı kalmanın gerekmediğini savunur. Azınlıkların yararını çoğunluk için feda etmeyi doğru davranış olarak gören bir anlayışı temsil eder. Kısmen deontolojik felsefeyi yansıtmalarına rağmen, daha çok teleolojik felsefe içinde yer alan faydacı yaklaşımla örtüşmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Literatürde işletmelerin pazarlama faaliyetlerini niçin arzulanan düzeyde sürdürülebilir geliştirmeye hizmet etmediğine dair tartışmalar yapılmaktadır. Bu

konuyla ilgili en önemli saptama, işletmelerin ve pazarlama birimlerinin sürdürülebilir gelişmeye hizmet edecek ahlak anlayışına sahip olsalar bile, işletmelerin, olumlu sonuçları çok uzun vadede ortaya çıkan böyle bir uygulamayı tek başlarına sürdüremeyecekleri, bunu başarabilmeleri için de özellikle tüketiciler tarafından desteklenmeleri gerektiği yönündedir (Karna vd., 2003; Frankental, 2001). Gerçekten de tüketicilerin göstereceği tepkilerin işletmelerin davranışları üzerinde etkili olacağı görüşü, müşteri yönlülüğü vazgeçilmez ilke edinen günümüz işletmelerinin davranışlarına da oldukça uygun düşmektedir.

Bu nedenle araştırmanın amacı, tüketicilerin ne tür ahlak anlayışına sahip olduğu, işletmelerin pazarlama faaliyetleriyle ilgili ahlaki uygulamalara karşı nasıl tepki verdiği ve sahip oldukları ahlak anlayışıyla verdikleri tepkiler arasında bir ilişki olup olmadığını saptamak olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın amacına uygun olarak; tüketicilerin ahlak anlayışlarıyla, gösterdikleri tepkiler ve bunlar arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışmanın Ankara, İzmir, Çanakkale il merkezi ve Biga ilçesinde yapılması, araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Ancak çeşitli sosyal gruplara mensup tüketicileri kapsayan anket çalışmasından elde edilen verilerin analiziyle ulaşılan sonuçların gerek akademisyenlere gerekse uygulayıcılara önemli yararlar sağlayacağı düşüncesindeyiz.

3. METODOLOJİ

3.1. Örnekleme Süreci ve Anket Sorularının Tasarımı

Örnek hacmi belirlemek için oran yöntemi kullanılmış, bu amaçla Biga ilçesindeki açık pazaryerinde alışveriş yapan 30 kişiye “İşletmelerin ahlaki davranışlarına karşı olumlu veya olumsuz bir tepki mi verirsiniz yoksa tamamen tarafsız mı kalırsınız?” şeklindeki soruya 19 kişi mutlaka olumlu veya olumsuz tepki vereceğini ifade ederken, diğerleri tarafsız kalacağını belirtmiştir. Elde edilen bu bilgilerden yararlanılarak ana kütle hakkında tahmin yapmak için olasılık yönteminden yararlanılmış $p=0.64$; $q=0.36$ alınarak %95 güven düzeyi ve maksimum beklenen örnekleme hatası, sırasıyla 0.01 ve 0.05 olmak üzere örnek büyüklüğü 8800 ve 353 olarak hesaplanmıştır. Gerek maliyet gerekse zaman kısıtlaması dikkate alınarak 0.05 yanılma payıyla hesaplanan minimum örnek hacminin mümkün olduğunca artırılması amaçlanmıştır.

Anket yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, sorular üç bölüm halinde düzenlenmiştir. Birinci bölümde tüketicilere ait demografik bilgilere yer verilmiştir. İkinci ve üçüncü bölümde ise, tüketicilerin ahlak anlayışını ve

verdiği tepkileri ölçen ifadeler bulunmaktadır. Katılımcıların verdiği cevaplar, yedi noktalı ölçekle değerlendirilmiştir.

Anket soruları daha önce güvenilirlik ve geçerlilik analizi yapılan benzer çalışmalardan yararlanılarak geliştirilmiştir (Craye ve Ross, 1997, Torlak, 2003). Bununla birlikte soruların kendi aralarında tutarlılığını saptamak üzere ayrıca güvenilirlik analizine tabi tutulmuş, hesaplanan alfa katsayıları ölçeğin güvenilir olduğunu göstermiştir (alfa= 0.80, 0.92 arasında değer almıştır). Hazırlanan anket soruları, içerik geçerliliğini kontrol etmek üzere seçilen 20 kişilik grup üzerinde iki kez teste tabi tutularak gerekli değişiklikler yapılmış cevaplayıcıları sıkılamak için, soru sayısı mümkün olduğunca azaltılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminin kullanıldığı bu anket uygulaması, anketörler vasıtasıyla alışveriş merkezlerindeki müşterilerle gönüllülük ilkesi esas alınarak iki haftalık süre içinde tamamlanmıştır. Doldurulan 548 anket formundan eksik ve hatalı olanlar çıkarıldıktan sonra 520 kullanılabilir anket formu değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

3.2. Araştırmanın Değişkenleri

Çalışma amacına uygun olarak iki grup araştırma değişkenleri oluşturulmuştur. Birinci grupta yer alan değişkenler tüketicilerin gösterdiği tepkilerle ilgiliyken, ikinci grupta yer alanlar ahlak anlayışıyla ilgilidir. Birinci grup değişkenler belirlenirken, Crayer ve Ross (1997) ile Rawwas ve arkadaşlarının (2005) yapmış olduğu çalışmalardan yararlanılmıştır. Davranış nitelikleriyle ilgili değişkenlerin, olumlu, olumsuz ve tarafsızlığı etkileyebilecek nitelikte olmasına özen gösterilmiştir. Birinci grupta yer alan değişkenler aşağıdaki gibidir.

1. *Ahlaklı davranış gösteren firmalardan alışveriş yapmak için gidilecek yolun uzatılması*
2. *Ahlaklı davranan firmalara daha yüksek fiyatla ödeme yapmanın göze alınması*
3. *Tanıdıkların ahlaklı davranış gösteren firmalarla alışveriş yapmaları için teşvik edilmesi*
4. *Ahlaklı davranış göstermeyen firmalardan alışveriş yapılmaması*
5. *Ahlaksız davranış gösteren firmalardan alışveriş yapmaması için tanıdıkların uyarılması*
6. *Ahlaklı davranışlar göstermeyen firmalardan alışveriş yapılması halinde firmaların kendi aleyhlerine olan konularla ilgili yaptıkları hatalar için uyarılmaması.*
7. *Tüketici haklarına saygı göstermeyen firmaların yetkili mercilere mutlaka şikâyet edilmesi.*
8. *Bir firmanın ahlaklı açıdan sahip olduğu şöhretin dikkate alınması*
9. *Firmanın çevre, sağlık ve iş güvenliği standartlarını sağlayıp sağlamadığına dikkat edilmesi.*

İkinci grupta yer alan değişkenler tüketicilerin sahip olduğu ahlak anlayışlarıyla ilgili davranış nitelikleriyle ilgilidir. Cevaplayıcıların ahlak anlayışlarını ölçmeyi amaçlayan bu değişkenler dört farklı ahlak anlayışını tanımlayan ifadelerden oluşmaktadır. Aşağıda yer alan bu dokuz değişken, sırasıyla üçü mutlakıyetçi, ikisi istisnacı, ikisi durumsalçı, ikisi de bireycilik ahlak anlayışının davranış nitelikleriyle ilgilidir.

1. *Davranışların tüm insanlara yarar sağlaması.*
2. *Bireysel çıkarlara zarar verse bile, daima evrensel nitelikteki kurallara uygun davranılması.*
3. *Başkalarına zarar veren her davranışın mutlaka cezalandırılması.*
4. *Davranışların herkese değil çoğunluğa yarar sağlaması.*
5. *Gerektiğinde azınlık haklarının çoğunluğun yararına feda edilmesi.*
6. *Davranışların doğruluğunun içinde bulunulan durum ve şartlara göre değerlendirilmesi.*
7. *Ahlaki ilke ve kurallara sadece iyi sonuçlar yarattığı sürece uyulması.*
8. *Başkalarının zarar görmesinin bireysel çıkarların korunmasına engel teşkil etmemesi.*
9. *Kurallara sadece herhangi bir cezaya maruz kalma korkusuyla uyulması.*

3.3. Analiz Yöntemleri ve Verilerin Kontrolü

Verilerin analizinde kullanılan başlıca yöntemler, tanımlayıcı istatistik, faktör ve seter arası kanonikal korelasyon analizidir. Tanımlayıcı istatistiklerin kullanılmasındaki amaç katılımcıların demografik özelliklerini belirlemektir. Faktör analizi, ahlak anlayışına bağlı olarak ortaya çıktığı varsayılan tüketici davranışlarıyla ilgili değişkenlerin daha az sayıda değişkene indirgenmesi amacıyla yapılmıştır. Kanonikal korelasyon analizi ise, faktör analiziyle daha az veri setine indirgenmiş değişkenler seti arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla kullanılmıştır. Kullanılacak analizlerde dikkate alınması gereken başlıca varsayımlar, verilerin normal dağılımlı olması, doğrusallık ve varyans türdeşliği koşulunun sağlanmasıdır. Normal olasılık grafikleri incelenen verilerin normale yakın dağılımlı olduğu saptanmış, sağa yatkın olduğu tespit edilen 6 değişken transformasyona tabi tutulmuş, ancak önemli bir farklılık gözlemlenmediğinden verilerin eski değerleri korunmuştur. Bu değişkenlere basıklık ve çarpıklık ölçütlerinin standarize edilmiş Z değerlerinin 0.10 hata düzeyinde 2.58'in altında olması nedeniyle verilerin normale çok yakın olduğu varsayılmıştır (Hair vd., 1998: 73). Doğrusallık açısından saçılma grafikleri incelenen değişkenlerin doğrusallığı önemli düzeyde bozacak bir bulguya rastlanmamıştır.

Varyans türdeşliği varsayımını doğrulamak üzere her bir değişkenin diğeri karşısındaki değişimlerin benzerliği Minitab paket programında bulunan

Levene testiyle test edilmiş ve p değerlerinin 0.05 den büyük olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle her bir değişken çifti için varyansların birbirine eşit olduğuna dair kurulan H_0 hipotezleri kabul edilerek varsayım doğrulanmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Bu araştırmada 520 katılımcının verdiği cevaplar değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmaya katılan cevaplayıcıların demografik bilgileri aşağıdaki gibidir. Ankete katılanların %58,5'i kadın, %41,5' erkektir. Yaş gruplarına göre dağılımı ise, %48'i, 18–29 yaş arası, %31,5'i 30–49 arası, %20,5'i ise 50 yaş ve üzeridir. Gelir seviyesi açısından, %63' ünün aylık geliri 1500 YTL' den az, %31'inin 1500–3000 YTL arası ve %6'sının da 3000 YTL den fazla olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim düzeyleri açısından %32,5'i ilk öğretim, %40'ı orta öğrenim, %27,5'i ise yüksek öğrenim düzeyindedir.

4.2. Tüketicilerin Ahlaki Davranışlara Karşı Gösterdiği Tepkiler

Tüketicilerin işletmelerin ahlaki davranışlarına gösterdiği tepkileri ölçmek üzere birinci değişken grubunda yer alan dokuz değişkenin tamamı, Minitab paket programında faktör analizine tabi tutulmuştur, ancak Minitab paket programında özdeğerlerin analiz çıktılarında görünmemesi ve Barlet testinin yapılamaması nedeniyle analiz ayrıca SPSS 15.0 paket programında tekrarlanmıştır. İlgili kısımlar EK–1'deki analiz sonuçlarına eklenmiştir.

Tüm korelasyon matrisini inceleyen Barlet test sonuçları; verilerin, faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir (Chi kare: 7559.247; df: 36; p:0.000). Ayrıca, Kaiser Meyer Olkin testi de örnek hacminin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermiştir (0.746). Uygun faktör sayısını belirlemek için Kaiser Kriteri esas alınmış, analiz sonuçları $\lambda \geq 1$ koşulunu sağlayan üç faktörün olduğunu göstermiştir (4,34056; 2,68468 ve 1,44846).

Döndürülmemiş faktör yükleri incelendiğinde birinci faktörün değişkenleri 0.482, ikinci faktörün 0.298, üçüncü faktörün ise 0.161 oranında açıkladığını göstermektedir. Ortak değişimin 0.982 olması birlikte değişimin mükemmel bir şekilde açıklandığını göstermektedir. Gizli (latent) değişkenlerin ortak değişimi daha iyi açıklaması için uygulanan Varimax rotasyonu sonunda birinci faktörün ortak değişimi açıklamadaki gücü düşerken (0.329), ikinci ve üçüncü faktörün yükselmiştir (0.320; 0292). Sıralanmış faktör yükleri tablosu incelendiğinde faktörler ve bunları en iyi temsil eden gizli (latent) değişkenlerin (yeni faktörlerin) aşağıdaki gibi olduğu görülmüştür.

F1	Y8	0.960	Bir firmanın ahlaki açıdan sahip olduğu şöhretin dikkate alınması
	Y9	0.957	Sağlık, çevre ve iş güvenliği standartlarına uygun davranmaya dikkat edilmesi
	Y7	0.954	İnsan sağlığına zararlı ürünleri satan firmaların mutlaka şikâyet edilmesi
F2	Y3	0.963	Tanıdıkların ahlaki davranış gösteren firmalardan alışveriş yapmaları için teşvik edilmesi
	Y1	0.957	Ahlaklı davranan firmalardan alışveriş yapmak için gerekirse gidilecek yolun uzatılması
	Y2	0.935	Ahlaklı davranan firmalardan alınacak ürünlere daha yüksek fiyat ödenmesi göze alınması
F3	Y5	0.947	Ahlaksız davranış gösteren firmalardan alışveriş yapmamaları için tanıdıkların uyarılması
	Y4	0.934	Ahlaki davranış göstermeyen firmalardan alışveriş yapılmaması
	Y6	0.897	Ahlaki davranışlar göstermeyen firmalardan alışveriş yapılması halinde, firmaların kendi aleyhlerine olan konularla ilgili yaptıkları hatalar için uyarılmaması

Tüketiciler tarafından işletmelere karşı gösterilen tepkilerin finansal açıdan destekleyici, zarar verici ve tarafsızlığı içeren davranış niteliklerini ortak bir faktör altında temsil eden bu yeni faktörler, temsil ettikleri değişkenlerin yarattığı sonuçlara uygun olarak F1, Duyarsız; F2, ödüllendirici; F3 ise cezalandırıcı olarak adlandırılmıştır.

4.3. Tüketicilerin Ahlak Anlayışı

Tüketicilerin nasıl bir ahlak anlayışına sahip olduğunu belirlemek için, akademik yazınlarda tanımlanmış ahlaki anlayışlardan birini seçtirmek yerine, Forsyth'in (1992) idealizm ve relativizmin artan ve azalan boyutları olarak tanımladığı ahlak anlayışlarının her birine ait davranış niteliklerini açıklayan ifadelerin derecelendirilmesi istenmiştir. Bu yaklaşım, hem ahlak anlayışını ölçmeye yönelik her bir ifadenin birbirleriyle olan tutarlılığını test etmeye hem de cevaplayıcıların benimsedikleri ahlak anlayışlarının artan ve azalan derecelerini seçmelerine olanak sağlamıştır. Daha sonra aynı ahlak anlayışlarını ölçen değişkenlere verilen rakamsal değerlerin ortalaması alınarak, mutlakiyetçi, istisnacı, faydacı ve bireyci ahlak anlayışlarının puanları belirlenmiştir.

4.4. Tüketici Tepkilerinin Ahlak Anlayışıyla Olan İlişkisi

Tüketicilerin gösterdiği tepkilerin ahlak anlayışıyla ne tür bir ilişkisinin olduğunu belirlemek amacıyla, kanonikal korelasyon analizi yapılmıştır. Kanonikal korelasyon analizinde tüketicilerin verdiği tepkileri ölçen değişkenler (duyarsızlık, ödüllendirme ve cezalandırma) bağımlı değişken niteliğindeyken,

tüketicilerin ahlak anlayışını ifade eden mutlakiyetçilik, istisnacılık, durumsalcılık ve bireycilik ahlak anlayışlarına ilişkin faktörler de bağımsız değişken niteliğindedir.

Her iki değişken kümesinde yer alan değişkenler, aynı tür ölçekle ölçülmesine rağmen, birinci grupta yer alan değişkenlerin faktör analizine tabi tutulması sonucu, kanonikal korelasyon analizine faktör skor puanlarının sokulması nedeniyle, her iki gruptaki değişkenler, Minitab paket programında standardizasyona tabi tutulduktan sonra üçü bağımlı, dördü bağımsız olmak üzere toplam yedi değişken Statistica 6,0 paket programı kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Ayrıntılı sonuçlar Ek-2’de verilmiştir.

Kanonikal korelasyon analiz test sonuçları (Ek-2, Tablo-1), korelasyon katsayısının oldukça yüksek olduğunu, dolayısıyla modele alınan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında en azından bir bağımlı değişkenin bağımlı değişkenlerden birini çok iyi açıkladığını ve açıklama gücünün istatistiksel açıdan önemli olduğunu göstermiştir ($R = .93$; Chi-Square: 1361.360, df:12; $p < 0.05$). Redundancy (şişkinlik) değerleri açısından bakıldığında sol tarafta yer alan duyarlılık, ödüllendiricilik ve cezalandırıcılık, %45 oranında açıklanırken, ahlak anlayışlarını ifade eden mutlakiyetçilik, durumsalcılık, istisnacılık ve bireycilik %64 oranında açıklanmaktadır. Özetle ahlak anlayışlarıyla tüketici tepkileri arasındaki ilişkiyi ölçmek üzere oluşturulan modelin bu ilişkiyi açıklama gücü oldukça iyi görünmektedir. Ancak hangi değişkenlerin hangi kanonikal değişkenlerle açıklandığının anlaşılması ve kanonik değişkenlerin önemliliğin test edilmesi gerekmektedir.

Bağımlı ve bağımsız değişkenler setindeki doğrusal bileşenleri ifade eden kanonik değişkenler (Canonical roots), değişkenler setinde yer alan değişkenleri temsil eden gizli (latent) değişken olarak düşünülebilir. Analiz sonuçlarına göre tüketici tepkileriyle ilgili değişkenlerden duyarlılığı birinci, ödüllendirici ve cezalandırıcı değişkenleri ikinci kanonikal değişken açıklamaktadır. Buna karşılık ahlak anlayışlarıyla ilgili tüm değişkenler en çok birinci kanonikal değişken tarafından açıklanmaktadır (Ek 2, Tablo 3 ve 4). Tablo 2’deki test sonuçları, tüm değişkenler setindeki değişkenleri açıklayan üç kanonikal değişkenin (gizli değişkenin), istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir ($P < 0.05$). Bir değişkenler setinin diğerine göre ne kadar iyi açıklandığını gösteren şişkinlik (redundancy) testleri, ahlak anlayışıyla ilgili değişkenlerin tüketici tepkileriyle ilgili değişkenlerden daha iyi açıklandığını göstermektedir. Aynı şekilde açıklanan varyanslarda birinci kanonik değişkenin sağ taraftaki, iki ve üçüncü kanonik değişkenlerin sol taraftaki değişkenleri daha iyi açıkladığını göstermektedir (Ek-2; Tablo 5, Tablo 6).

Her bir değişken seti içinde yer alan değişkenlerle, setler arasındaki değişkenlerin korelasyon ilişkileri tablo 9,10 ve 11'de görülmektedir. Ahlak ve tüketici tepkileri arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, mutlakıyetçi ve durumsalçı ahlak anlayışının tüketici tepkileriyle pozitif yönde ilişkileri varken, istisnacı ve bireyci ahlak anlayışlarının negatif ilişkisi vardır (Ek-3; Tablo.9).

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin pazarlama faaliyetlerine karşı tüketicilerin sahip olduğu ahlak anlayışı çerçevesinde verdikleri tepkileri belirlemeye yönelik bu çalışmanın sonuçları, firmaları ahlaki davranışlara teşvik eden tüketicilerin varlığını gösterdiği gibi, duyarsız kalan tüketicilerin de var olduğunu da göstermektedir. Diğer bir anlatımla, tüketicilerden bazıları ahlaki değerlere uygun davranan firmaların finansal kazançlarını artıracak ya da azaltacak davranışlar gösterirken, diğerleri tamamen tepkisiz kalmaktadır.

Araştırma sonuçları, duyarsız tüketicilerin de var olduğunu göstermekle beraber, faaliyetlerini ahlaki temeller üzerine inşa etmek isteyen işletmeler için de hazır pazar dilimlerinin var olduğunu göstermektedir. Sonuçlar aynı zamanda, kamu politikasını şekillenmesi ve uygulanmasında rol alan kişi ve organizasyonlar içinde nasıl bir tüketici ahlakının yaratılması gerektiği konusunda da önemli ipuçları vermektedir. Ahlaki davranışlara duyarlı ve tepkili toplum kesimlerinin var olduğunun bilinmesi, kararlılık ve süreklilik sağlayacağından bütünlük bir ahlak anlayışını temsil eden bir firma imajının yaratılmasına hizmet eden güvene dayalı pazarlama modeliyle, çok etkili farklılaştırma stratejileri uygulanabilir.

Hangi ahlak anlayışının nasıl bir tüketici tepkisine neden olduğuna dair bulgular, bu konuda yapılan benzer araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir. Örneğin ABD'de yapılan araştırmalar, idealistlerin relativistlere göre daha güvenilir ve dürüst olduğunu gösterirken (Vitel vd., 1993); Romanya'da yapılan araştırmalar, diğerlerine zarar veren pasif davranışlara, idealistlerin relativistlere göre daha fazla endişe duyduğunu göstermiştir (AlKhatip vd.,1992).

Bulgular, sürdürülebilirliğe en fazla hizmet eden ahlak anlayışının anlaşılması ve buna uygun kültürel değerlerin yaratılmasına önemli düzeyde katkı sağlamakla beraber, konuyla ilgili daha ayrıntılı araştırmaların yapılmasına ihtiyaç vardır. Örneğin ahlaki davranışların resmileştirilmesini ve kodlanmasını ifade eden etik kurallardan hangilerinin evrensel nitelikte kabul edildiğinin, hangilerinin kültürel niteliklere göre değiştiğinin belirlenmesi; tüketici ahlakının daha doğru şekilde tanımlanarak, sürdürülebilirliğe hizmet eden ortak ahlaki değerlerin yaratılmasını kolaylaştırabilir.

KAYNAKLAR

- Arslan, M. (2005) **İş ve Meslek Ahlakı**, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Aiking, H. and B. de Joop (2004) "Food Sustainability Diverging Interpretations", **British Food Journal**, 106(5), 359-365.
- Al-Khatip, J. A., C. J. Robertson ve D. L. Lasca (2004) "Post-communist consumer ethics: The case of Romania", **Journal of Business Ethics**, 54, 81-95.
- Crane, A. and J. Desmond (2002) "Societal Marketing and Morality", **European Journal of Marketing**, 36(5/6), 548-569.
- Creyer, E. H. and W. T. Ross Jr. (1997) "The Influence of Firm Behavior on Purchase Intention: Do Consumers Care About Business Ethics?", **Journal of Consumer Marketings**, 14(6), 421-432.
- Cui, G. and P. Choundry (2003) "Consumer Interest and The Ethical Implications of Marketing: A Contingency Framework", **The Journal of Consumer Affairs**, 37(2), 364-387.
- Elçi, M. ve L. Alpkan (2006) "Etik İkliminin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkileri", **Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 24(1), 141-170.
- Forsyth, D. R. (1992) "Judding the Morality of Business Practices: The Influence of Personal Moral Philosophies", **Journal of Business Ethics**, 11, 461-470.
- Frankental, P. (2001) "Corporate Social Responsibility,-a PR Invention?", **Corporate Communitation, an International Journal**, 6(1),18-23.
- Hair, J. H., R. E. Anderson, R. E. Tahtan, and W. C. Black (1998) **Multivariate Data Analysis**, (5th ed.), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- İslamoğlu, A. H. (2003) **Tüketici Davranışları**, İstanbul: Beta.
- Karna, J., E. Hansen and H. Juslin (2003) "Social Responsibility in Environmental Marketing Planning" **European Journal of Marketing**, 37(5/6), 848-871.
- Lantos, G. P. (2001) "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility", **Jornal of Consumer Marketing**, 18(17), 596-630.
- Maignan, I., O. C. Ferrel. and L. Ferrel (2003) "Nature of Corporate Responsibilities: Perspectives From American, French And German Consumers", **Journal of Business Research**, 56, 55-67.

- Mc Larney, C., E. Chung (1999) "Post-Materialism's ' Silent Revolution' in Consumer Research", **Marketing Intelligence & Planning**, 17(6), 288–297.
- Mohr, L. A., D. J. Webb and K. E. Haris (2001) "Do Consumer Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior", **The Journal of Consumer Affairs**, 35(1), 45–71.
- Orme, G. and C. Ashton (2003) "Ethics- a Foundation Competency", **Industrial and Commercial Training**, 35(5), 184–190.
- Özdoğan, B. (2007) **Pazarlamada Tüketim ve Tüketici Ahlakı**, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Polonsky, M. J., P. Q. Brito, J. Pinto, and N. H. Kleyn (2001) "Consumer Ethics in The European Union: A Comparison of Northern And Southern Views", **Journal of Business Ethics**, 31, 117–130.
- Rawwas, M., Y. A. Mohammed, Z. Swadian and M. Oyman (2005) "Consumer Ethics: A Cros-Cultural Study of The Ethical Beliefs of Turkish And American Consumers", **Journal of Business Ethics**, 57, 183–195.
- Rond, Mark de (1996), "Business Ethics, Where Do We Stand? Toward A New Inquiry", **Management Decision**, 34(4), 54–61.
- Swadian, Z., M. Rawwas, Y. A. Mohammed ve J. A. Al-Khatip (2004) "Consumer Ethics: Moral Ideologies and Ethical Beliefs of a Micro-Culture in the US", **International Business Review**, 13, 749–761.
- Tek, Ö.B. (1997) "**Pazarlama İlkeleri: Türkiye Uygulamaları Global Yönetimsel Yaklaşım**", 7.Baskı, İstanbul: Cem Ofset.
- Torlak, Ö. (2003) "**Pazarlama Ahlakı: Sosyal Sorumluluk Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi**", (3. Baskı), İstanbul: Beta.
- Ülgen, H. ve K. S. Mirze (2004) **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, (2. Baskı), İstanbul: Literatür.
- Vallee, G. (2005) "What is Corporate Social Responsibility, The Case Of Canada", **School of Industrial Relationship, Universite Montreal**, 47(5), 20–46.
- Vitell, S. J. (2003) "Consumer Ethics Research: 'Review, Synthesis and Suggestions for The Future'", **Journal of Business Ethics**, 43, 33-47.

EK-1. FAKTÖR ANALİZİ

Faktör Analysis: Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9
2/18/2007 3:25:43 PM

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin, measure of sampling adequacy		.746
Bartlett's Test of Sphericity		7559.247
Approx. Chi-Square	df	36
	Sig.	.000

Korelasyon matrisinin ana bileşenler faktör analizi
Döndürülmemiş faktör yükleri ve ortak değişim

Değişken	Faktör1	Faktör2	Faktör3	Ortak değişim
y1	-0.748	0.508	0.392	0.972
y2	-0.775	0.472	0.358	0.952
y3	-0.702	0.471	0.482	0.947
y4	-0.393	-0.773	0.363	0.884
y5	-0.327	-0.821	0.344	0.900
y6	-0.380	-0.833	0.160	0.864
y7	-0.879	-0.079	-0.455	0.986
y8	-0.869	-0.076	-0.476	0.987
y9	-0.868	-0.061	-0.474	0.982

Değişim 4.3406 2.6847 1.4485 8.4737
%Değişim 0.482 0.298 0.161 0.942

Döndürülmüş faktör yükleri ve ortak değişim
Varimax Rotasyonu

Değişken	Faktör1	Faktör2	Faktör3	Ortak değişim
y1	0.234	0.957	-0.041	0.972
y2	0.280	0.935	-0.017	0.952
y3	0.141	0.963	0.013	0.947
y4	0.090	0.064	0.934	0.884
y5	0.059	-0.013	0.947	0.900
y6	0.224	-0.095	0.897	0.864
y7	0.954	0.232	0.151	0.986
y8	0.960	0.215	0.136	0.987
y9	0.957	0.224	0.124	0.982

Değişim 2.9629 2.8801 2.6308 8.4737
% Değişim 0.329 0.320 0.292 0.942

Sıralı döndürülmüş faktör yükleri ve ortak değişim

Değişken	Faktör1	Faktör2	Faktör3	Ortak değişim
y8	0.960	0.215	0.136	0.987
y9	0.957	0.224	0.124	0.982
y7	0.954	0.232	0.151	0.986
y3	0.141	0.963	0.013	0.947
y1	0.234	0.957	-0.041	0.972
y2	0.280	0.935	-0.017	0.952
y5	0.059	-0.013	0.947	0.900
y4	0.090	0.064	0.934	0.884
y6	0.224	-0.095	0.897	0.864

Değişim 2.9629 2.8801 2.6308 8.4737
%Değ 0.329 0.320 0.292 0.942

Faktör Skor katsayıları

Değişken	Faktör1	Faktör2	Faktör3
y1	-0.075	0.365	0.003
y2	-0.054	0.348	0.007
y3	-0.125	0.388	0.037
y4	-0.086	0.058	0.378
y5	-0.087	0.032	0.383
y6	0.009	-0.038	0.339
y7	0.365	-0.077	-0.042
y8	0.373	-0.086	-0.050
y9	0.371	-0.083	-0.054

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.341	48.228	48.228	4.341	48.228	48.228	2.963	32.924	32.924
2	2.685	29.830	78.058	2.685	29.830	78.058	2.880	32.001	64.925
3	1.448	16.094	94.152	1.448	16.094	94.152	2.630	29.227	94.152
4	.232	2.575	96.727						
5	.161	1.784	98.512						
6	.066	.733	99.245						
7	.029	.320	99.565						
8	.025	.277	99.842						
9	.014	.158	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

EK-2 KANONİKAL KORELASYON ANALİZİ**Tablo-1: Kanonikal Analiz Özeti**

Kanonikal R: .9343150
 Chi-Kare: 1361.360 df = (12) p = 0.000000
 Geçerli olay sayısı: 520

	Değ sayısı	Genişletilmiş Değişim	Setin şişkinliği
Sol set:	3	100.00000000%	45.045250352%
Sağ set:	4	94.867054814%	63.385762421%

Tablo-2: Kanonik Değişkenlerin Önemlilik Testi

	Kanonikal	Kanonikal	Chi-kare.	df	p	Lambda
0	0.934315	0.872945	1361.360	12	0.000000	0.071118
1	0.614244	0.377296	298.848	6	0.000000	0.559738
2	0.317990	0.101118	54.901	2	0.000000	0.898882

Tablo-3: Faktör Yapısı SOL SET

	Root 1 (Kök 1)	Root 2 (Kök 2)	Root 3 (Kök 3)
Duyarsız	0.797621	0.219615	-0.561756
Ödüllendirici	0.549866	-0.647530	0.527591
Cezalandırıcı	0.247887	0.729708	0.637242

Tablo-4: Faktör Yapısı SAĞ SET

	Kök1	Kök 2	Kök 3
Mutlakıyetçi	0.977804	0.085004	0.189899
Durumsalçı	0.693179	0.233131	-0.657338
İstisnacı	-0.611204	-0.363693	0.580170
Bireyci	-0.940228	0.260428	-0.184561

Tablo-5: Değişim Oranı SOL SET

	Variance (Değişim)	Redudancy (Şişkinlik)
Root 1	0.333333	0.290981
Root 2	0.333333	0.125765
Root 3	0.333333	0.033706

Tablo-6: Değişim Oranı SAĞ SET

	Variance (Değişim)	Redudancy (Şişkinlik)
Root 1	0.673549	0.587971
Root 2	0.065418	0.024682
Root 3	0.209704	0.021205

EK-3 KANONİKAL KORELASYON ANALİZ

Tablo-7: Tüketici tepkileri arasındaki ilişki

	Duyarlılık	Ödüllendirici	Cezalandırıcı
Duyarlılık	1.000000	-0.000000	0.000000
Ödüllendirici	-0.000000	1.000000	-0.000000
Cezalandırıcı	0.000000	-0.000000	1.000000

Tablo-8: Ahlak Değişkenleri Arasındaki İlişki

	Mutlakıyetçi	Durumsalçı	İstisnacı	Bireyci
Mutlakıyetçi	1.000000	0.577282	-0.528202	-0.935206
Durumsalçı	0.577282	1.000000	-0.962002	-0.491293
İstisnacı	-0.528202	-0.962002	1.000000	0.419988
Bireyci	-0.935206	-0.491293	0.419988	1.000000

Tablo-9: Ahlak Ve Tüketici Tepkileri Arasındaki İlişki

	Mutlakıyetçi	Durumsalçı	İstisnacı	Bireyci
Duyarlılık	0.706233	0.665448	-0.608185	-0.632586
Ödüllendirici	0.500394	0.153112	-0.072014	-0.617587
Cezalandırıcı	0.303045	0.131836	-0.187008	-0.138431

INDIVIDUAL AND ORGANIZATIONAL FACTORS THAT AFFECT POLITICAL BEHAVIOR

Deniz BÖRÜ*
Güler İSLAMOĞLU**

Abstract

Political behavior is defined as organizationally non-sanctioned behavior which may be detrimental to organizational goals or to the interests of others in the organization. Recent research has identified a number of factors that encourage political behavior. Some of these factors are individual and some are organizational factors. This study aims to find out which of the organizational and individual factors affect political behavior. The study is conducted by distributing questionnaires to employees in different organizations and sectors. The sampling is convenience sampling. The sample includes 350 individuals. The response rate is 94%. The results of the regression analyses revealed that both individual and organizational factors affect political behavior.

Keywords: Political behavior, antecedents of political behavior, individual factors, organizational factors

Öz

Politik Davranışı Etkileyen Bireysel ve Kurumsal Faktörler

Politik davranış kurumsal olarak onaylanmayan ve kurumsal amaçlara ya da kurumda çalışanların çıkarlarına zarar verebilecek davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Son dönemde yapılan araştırmalar politik davranışa neden olan çok sayıda faktörün olduğunu belirlemiştir. Bunlardan bazıları bireysel, bazıları da kurumsal niteliktedir. Bu çalışmada, politik davranışı etkileyen kurumsal ve bireysel faktörlerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Çalışmada anket yöntemi kullanılmış ve farklı sektör ve kurumda çalışanlara anket dağıtılmıştır. Örneklem kolay ulaşılabilir örneklemedir. Toplam 350 anket dağıtılmıştır. Geri dönüşüm oranı %94'tür. Yapılan regresyon analizi

*Assoc. Prof. Dr., Marmara University, Bahçelievler Campus, İSTANBUL, denizboru@marmara.edu.tr

**Assist. Prof. Dr., Marmara University, Göztepe Campus, İSTANBUL, gislamoglu@marmara.edu.tr

sonucunda hem bireysel hem de kurumsal faktörlerin politik davranışı etkilediği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Politik davranış, politik davranışın öncülleri, bireysel faktörler, kurumsal faktörler.

INTRODUCTION

Cropanzano, Kacmar and Bozeman (1995) claim that with the help of work, people can gain such things as economic advantage, fellowship, and social status. But, in order to obtain these gains they must spend some energy, time and effort for the sake of their employers. Referring to this reasoning, Cropanzano, Howes, Grandey and Toth (1997) state that keeping a job is similar to making an investment. Workers offer their talents and motivation in the hope of getting something in return. As a result, the workplace can be viewed as a marketplace in which individuals are involved in numerous transactions with the aim of getting a favorable return for their investment (Rusbult and Farrell, 1983; Rusbult, Farrell, Rogers and Mainous, 1988). This return might be pay or intangible rewards, such as esteem, dignity, and personal power. The return or the rewards the individual gains is obtained with the help of other people. While a high pay might be obtained from the organization, the peers might grant their respect or hold it back. Therefore, the individuals should be very careful in understanding what is acceptable or not in the organization. There might be an organization where self-interest of the employees are more important than the welfare of the others or to the contrary where the employees consider the needs of others too much. Political behavior is one of the alternatives for influencing decisions and getting the desired results (Prasad, 1993). It is also very common in the workplace to observe members or units engaging in influence attempts (e.g. ingratiation, impression management and developing power coalitions, exchange of favors and upward appeals) to protect or promote their own interests, especially when there is uncertainty, scarcity of resources, lack of trust and unclear performance appraisal. Kacmar, Bozeman, Carlson and Anthony (1999) state that although political behavior can be either beneficial or detrimental for an organization, it is often considered dysfunctional because it has the potential to disrupt organizational efficiency and effectiveness. Political behavior consumes time, restricts information sharing, and creates communication barriers (Eisenhardt and Bourgeois, 1988). Additionally, an organization where political behavior is common is stressful to work in, not favorable for promoting positive job attitudes.

Today, it is a well known fact that political behavior is a reality of organizational life. Since political behavior has been so common recently, this

study aims to investigate the factors that might be leading to political behavior in the organization. The factors have been classified as individual and organizational factors.

1. THEORETICAL BACKGROUND OF POLITICAL BEHAVIOR

Organizational politics (OP) has been analyzed from various perspectives and at various levels of analysis. While some has investigated actual political behavior, some other has concentrated on perceptions of organizational politics. Until recently, the attributes and difficulty of the relationship between these two constructs has been ignored (Harrell-Cook, Ferris, Dulebohn, 1999).

Political behavior is defined as organizationally non-sanctioned behavior which may be detrimental to organizational goals or to the interests of others in the organization (Ferris, Russ & Fandt, 1989; Gandz & Murray, 1980; Porter, Allen & Angle, 1981). Further, the underlying, but concealed, intent of political behavior is assumed to be self-serving in nature.

Political behavior or organizational politics has different definitions made by different scholars. Some scholars defined it as ways to get ahead in an organization, as dynamic processes of influence that produce organizationally relevant outcomes beyond the simple performance of job tasks, or as the management of influence to obtain ends not sanctioned by the organization or to obtain sanctioned ends through non-sanctioned influence means (Mayes & Allen, 1977; Wallace & Szilagyi, 1982).

Ferris, Fedor, Chachere & Pondy (1989) indicate that OP is a social influence process in which behavior is strategically designed to maximize short-term or long-term self-interests, which is either consistent with or at the expense of others' interests.

Pfeffer (1992) defined OP as those activities carried out by people to acquire, enhance, and use power and other resources to obtain their preferred outcomes in a situation where there is uncertainty or disagreement.

Mintzberg (1983) suggests that politics refer to "individual or group behavior that is informal, ostensibly parochial, typically divisive, and above all, technically illegitimate-sanctioned neither by formal authority, accepted ideology, nor certified expertise.

Farrell & Peterson (1982) define political behavior as those activities that are not required as part of one's formal role in the organization, but that

influence or attempt to influence, the distribution of advantages or disadvantages within the organization.

The use of power to affect decision-making in the organization or on behaviors by members that are self-serving or organizationally nonsanctioned is also defined as political behavior (Vredenburg & Maurer, 1984).

Madison et al. (1980), Gray & Ariss (1985) and Ferris et al. (1989) define politics as “an intentional social influence process in which behavior is strategically designed to maximize short-term or long-term self interests”. While other definitions have been restricted to the conceptualizations of self-serving and organizationally nonsanctioned behavior (Gandz & Murray, 1980; Schein, 1977), the above definition emphasizes that political behavior may lead to functional as well as dysfunctional outcomes for individuals, groups, or organizations. For example, if political behavior is used by an executive to build consensus for a strategy that would lead the organization to be more effective in the future, it would be functional. On the other hand, if political behavior is used to maintain the status quo when change is required, it would be dysfunctional.

Barnard (1938) states that when problem solving processes are not predictable and well-defined, individuals start using personal relationships to meet their interests and organizations become political entities. Therefore, different definitions of political behavior emphasize the fact that political behavior is non-sanctioned and includes active management of influence (Hickson, 1987; Mayes & Allen, 1977) to be able to get one's most desired outcomes (Pfeffer, 1981).

Political behavior is more prevailing at the upper levels of organizations (Ferris, Russ, and Fandt, 1989; Madison, Allen, Porter, Renwick, and Mayes, 1980) due to the uncertainty and ambiguity in the decisions that upper management takes (Feldman, 1988; Ferris, Harrell-Cook & Dulebohn, 2000). Since decisions must be made collectively by bargaining and exercising influence and due to radical innovations, new technology, and/or uncertainty about goals, the likelihood of individuals utilizing political behavior to reach their objectives is increasing (Ferris et al., 1996; Prasad, 1993). These actions might include the formation of internal or external alliances and coalitions, withholding key information from decision-makers, agenda control, and cooptation, or lobbying key executives in an attempt to gain their support (Eisenhardt & Bourgeois, 1988; Pettigrew, 1973; Pfeffer, 1981), whistle blowing, spreading rumors, leaking confidential information related with the organization to the media, exchanging favors with others in the organization for mutual benefits (Robbins, 1998). Some view political behavior as a

dysfunctional, power-driven behavior that leads to poor organizational decision making and performance, because political activities take time and restrain the flow of information (Eisenhardt & Bourgeois, 1988; Pettigrew, 1973). On the other hand, some think that political behavior is needed for effective change and organizational adaptation since it is a positive, conflict-driven phenomenon (Pfeffer, 1981).

In fact, a distinction is made between legitimate and illegitimate political behavior stating that legitimate political behavior is normal everyday politics such as complaining to the boss, coalition formation, avoiding the chain of command, interfering organization policies or decisions by inacting or adhering to the rules, developing contacts outside the organization through one's professional activities. Illegitimate political behavior, on the other hand violates the rules and includes activities such as sabotage, whistle-blowing, symbolic protests, calling in sick collectively as a group of employees (Robbins, 1998). Since the illegitimate political behavior includes a risk of losing organizational membership and a penalty against those utilizing it, it is not common in organizations. Therefore, the vast majority of organizational political behavior is legitimate.

Even though it is not official and not authorized, organizational politics is viewed as a widely recognized reality by the organizational members. In fact, the rules developed within the organization restrain certain types of actions as too dangerous or threatening to the organization. Political behaviors that are widely accepted as legitimate include exchange of favors, forming coalitions and seeking sponsors at upper levels. Legitimate political behavior is mostly carried out by upper management and by those committed to the organization. On the other hand, alienated employees and those who have little to lose are more likely to engage in illegitimate political behavior (Farrell & Peterson, 1982). In this study, the political behavior analyzed is legitimate political behavior since it is more commonly exercised in the organizations.

1.1. Legitimate Political Behaviors

Exchange of favors: the person makes an explicit or implicit promise that the other party will receive rewards or tangible benefits if the other party complies with a request or support a proposal or reminds the other of a prior favor to be reciprocated (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt & Wilkinson, 1980).

Coalition: the person looks for the help of others to convince someone to do something or utilizes the support of others as an argument to make someone agree with him/her (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt & Wilkinson, 1980).

Ingratiating: The person tries to get the other in good mood or to think favorably of him/her before asking to do something (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt & Wilkinson, 1980).

Pressure: the person uses demands, threats or intimidation to persuade the other to comply with a request or support a proposal (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt & Wilkinson, 1980).

Upward appeals: the person attempts to convince the other that the request is approved by higher management or attracts higher management for help in order to get the other's compliance with the request (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt & Wilkinson, 1980).

Rational persuasion: the person uses logical arguments and factual evidence to convince the other of the viability of the request (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt & Wilkinson, 1980).

Inspirational appeals: the person makes an emotional request or proposal that stimulates excitement by appealing to values, norms, ideas or by increasing confidence that the other can do it (Yukl & Fable, 1990; Kipnis, Schmidt and Wilkinson, 1980)

Consultation tactics: the person inquires the other's participation in making a decision or planning how to carry out a proposed policy, strategy or change (Yukl & Fable, 1990; Kipnis et.al.,1980).

For the clear understanding of political behavior and the factors that lead to this type of behavior, this study analyzes the antecedents of political behavior in terms of organization and the individual and aims to find out which of these antecedents are more likely to lead to political behavior.

The political behavior becomes more applicable as organizations become more complex, as the rate of technological change increases, and when key decisions are nonprogrammed and unstructured (Tushman, 1977).

Recent research has identified a number of factors that encourage political behavior. Some of these factors are individual and some are organizational factors. At the individual level, researchers claim that certain personality traits, needs and other factors are more likely to be related with political behavior. Biberman (1985) and Ferris, Russ and Fandt (1989) have found that employees who are self-monitors, who possess an internal locus of control and have a high need for power are more likely to exercise political behavior. They state that since self-monitors are more sensitive to social cues and show more social

conformity, they are more likely to be skillful in political behavior than the low self-monitor. Self-monitors have the ability to adjust their behaviors to external, situational factors and can behave differently in different situations (Snyder, 1987). Individuals with internal locus of control believe they can control their own environment, are more inclined to take proactive attitude and strive to manipulate situations in their favor. They think they are masters of their own fate. Furthermore, Machiavellian personality who has a strong desire for power and the desire to manipulate is more prone to use politics as a means of accomplishing his/her self-interests. Since an individual high in Machiavellianism believes that ends can justify means, using political behavior to achieve his/her goals is acceptable for him/her.

Moreover, Farrell and Peterson (1988) claim that individual's investment in the organization, perceived job alternatives and expectation of success when political behavior is used influences the degree to which the individual attempts to illegitimate means of political behavior. A person will be less likely to use illegitimate political behavior, if he/she has invested too much in the organization in terms of expectations of increased future benefits because he/she has more to lose if forced out. Those with low investments are more likely to pursue illegitimate political behavior since they have little to lose. On the other hand, the more likely he/she is to pursue illegitimate political behavior the more job alternatives an individual has because of favorable job market or possession of scarce skills or knowledge, well-known reputation or powerful contacts outside the organization. Furthermore, the individual is less likely to use illegitimate means of political behavior if he/she has a low expectation of success in using it.

Apart from individual factors, there are organizational factors that lead to the use of political behavior. It is a well-known fact that certain cultures and situations encourage politics. When the resources of the organization are decreasing, when there is a change in the existing pattern of resources, when an opportunity for promotion exists, politics is more likely to appear (Goh & Doucet, 1986; Hardy, 1987). Low trust, role ambiguity, unclear performance evaluation systems, zero-sum reward allocation practices, democratic decision-making, high pressures for performance and self-serving senior managers might create a context that promotes political behavior (Fandt & Ferris, 1990).

When organizations downsize for improving efficiency, resources must be reduced. Individuals might engage in political behavior to protect what they possess when they are threatened with the loss of resources. Any change that signals significant reallocation of resources is likely to encourage political behavior.

Promotion decisions implying an opportunity for advancements might stimulate individuals to compete for limited resources and try to impress the decision-maker. Therefore, they might be engaged in political behavior to influence the decision.

Trust is closely related to organizational dependability (Alutto & Belasco, 1972; Buchanan, 1974; Spencer & Steers, 1980). The prominence of political behavior is closely associated with trust. "If there is an extraordinarily high degree of trust, such as participants assuming that each is acting in each other's interests, then there need be little concern with issues of control and governance" (Pfeffer, 1978). Gamson (1968) states that when low level employees have high level of trust, they believe that authorities will produce the desired outcomes without the need for employees taking any action. On the other hand, low trust within the organization will promote illegitimate political behavior.

When the prescribed behaviors of the employees are not clear, that is, when there is role ambiguity, the more one can engage in political behavior with little chance of being obvious. Since political behavior is not defined in one's role requirements, the role ambiguity might create more room for politicking (Farrell & Petersen, 1982; Fandt & Ferris, 1990).

When the organizations use subjective criteria for performance appraisal or stress a single outcome measure or allow significant time lag between the time of performance and its evaluation, the greater the probability that an individual will involve in politicking. When the performance evaluation is not based on objective criteria, it creates ambiguity. When the appraisal is based on single outcome measure, the individual will do anything to excel on that measure at the expense of performing well on the other parts of the job that is not being evaluated. As the time between the time of performance and its evaluation gets longer, the more likely the individual will be held accountable for his/her political behavior (Farrell&Petersen, 1982; Fandt&Ferris, 1990).

Zero-sum reward allocation also encourages political behavior because any gain one gets will be at the expense of another person or group. In order to get a greater share of the pie, individuals might be engaged in politicking to make others look bad and oneself good (Farrell&Petersen, 1982; Fandt&Ferris, 1990).

High pressure for performance might lead individuals to political behavior. If an individual feels that the future of his/her career depends on certain outcomes, the probability of doing anything to achieve those results

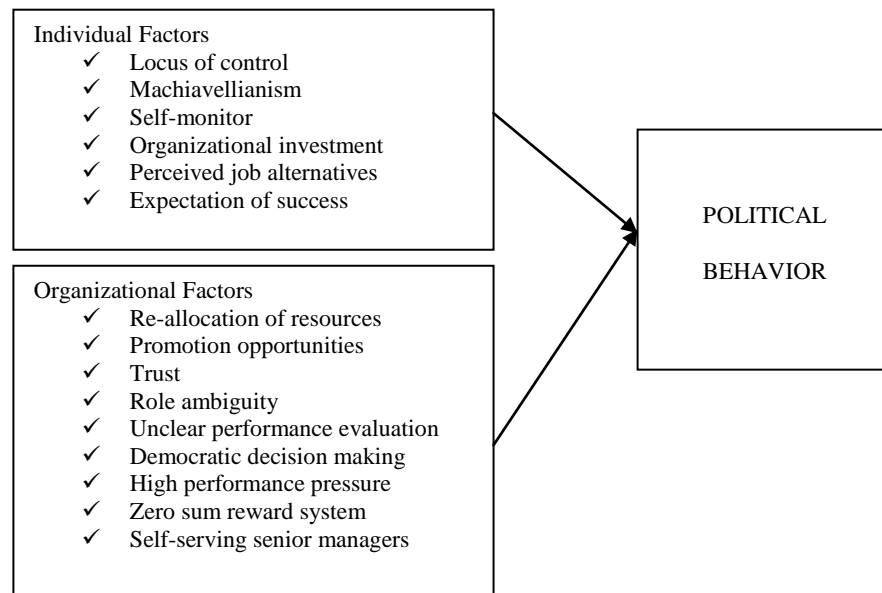
increases because there is great pressure to look good (Farrell&Petersen, 1982; Fandt&Ferris, 1990).

When employees see that top management engages in political behavior and is successful in doing so and rewarded for it, it becomes a role model. Political behavior by the top management inspires lower level employees to engage in politicking by indicating that such behavior is acceptable (Farrell&Petersen, 1982; Fandt&Ferris, 1990).

The move towards democratic organizational structure lets all level of employees participate in decision making. In fact, this is not welcomed by many old style top managers who are used to directing and ordering. They are not willing to share their power with others. As a result, they start using the committees, conferences and group meetings in a superficial way for maneuvering and manipulating (Farrell&Petersen, 1982; Fandt&Ferris, 1990).

Based on previous research findings, this study aims to find out which of the individual and organizational factors are more effective leading to political behavior. Antecedents of political behavior that are analyzed in this study are demonstrated in Figure 1.

Figure-1: Antecedents of Political Behavior



Source: Stephen (1998: 406).

Related with the model above the research question of the study is “Which of the individual and organizational factors are more effective leading to political behavior?”

2. METHOD

2.1. Instruments

Based on literature review, the antecedents of political behavior are categorized as individual and organizational factors. The individual factors analyzed in this study are *locus of control*, *self-monitor*, *expectation of success*, *organizational investment*, *perceived job alternatives* and *Machiavellianism*. The organizational factors analyzed are *role ambiguity*, *reallocation of resources*, *self-serving senior managers*, *zero-sum reward practices*, *high performance pressures*, *democratic decision-making*, *unclear performance evaluation*, *trust and promotion opportunities*. Of these factors, the inventory for the organizational factors has been developed by the researchers based on literature review. Among the individual factors, items for measuring the expectation of success, organizational investment and perceived job alternatives have also been developed by the researchers based on literature review. The items of locus of control have been adopted from Rotter (1971), items of Machiavellianism have been adopted from Christie & Geis (1970) and the items of self-monitor have been adopted from Lennox & Wolfe (1984). The scales ranged from “strongly agree (5)” to “strongly disagree (1)”.

The inventory for political behavior has been developed by the researchers in two steps.

Step 1: An open-ended question has been distributed to master students in Business Administration Department who are working in different sectors and organizations. They have been given a definition of political behavior and based on this definition, they have been asked to list five behaviors that they think are political in nature. After collecting responses from 131 respondents, the similar behaviors have been deleted and a total of 40 behaviors have been enlisted. To these behaviors, 13 behaviors that have not been given by the respondents, but included in the Inventory adopted from Kipnis et.al (1980) are also added. The total of the items is 53.

Step 2: As a result, a total of 53 behaviors have been distributed to 352 employees in different organizations and sectors. They have been asked to evaluate the given behaviors in terms of their relation to political behavior. The scale ranged from “too much political (5)” to “not political at all (1)”. After

analyzing the responses in terms of their relation, a total of 36 political behavior items have been developed to be included in this study.

In the political behavior inventory, these 36 behaviors are given to the final sample asking them how often they realize these behaviors on a scale ranging from “always (5)” to “never (1)”.

2.2. Sampling

The participants of the study were selected on the basis of convenience of access. Participants were professional employees (N = 329) who were working regularly in an office environment of different corporations in Turkey. According to self-reported demographics, the mean age of the sample was 32. They had a mean of 9,5 years of tenure in work life and a mean of 4,5 years of tenure in the current organization. Of all participants, 54 % were men, and 46 % were women. Of all participants, 49 % were married whereas 51 % were single. 40 % had children while 60 % had no children. 58 % of the participants were university graduates and 13% had master degree. Only 29% were high school graduates. Of all participants, 23% worked in public sector, while 77 % worked in private sector. 19% was top manager, 61% was middle-level manager and the rest was first-line managers.

Questionnaires were distributed by the researchers to each employee in different organizations. Totally 350 subjects participated in the study by answering the complete questionnaire. However, due to invalid answers, total number of the participants is 329.

2.3. Procedure

Questionnaires are distributed to participants by asking them whether they would be willing to participate in the study. 300 questionnaires were distributed to participants by visiting them in their offices and the completed surveys were recollected in two weeks time by the researchers themselves. 50 questionnaires were sent by e-mail to the participants' mail addresses. However, only 25 questionnaires have been filed in and sent back. Out of these 25, only 21 was valid and the four was not included in the analysis due to the missings.

The questionnaire included a cover letter where the researchers stressed the confidentiality of the participants. 329 questionnaires have been properly answered. The response rate is 94 %.

3. RESULTS

3.1. Reliability and Factor Analyses

SPSS program has been used to make analyses at the 0.05 significance level. Reliability analysis was conducted for the three inventory utilized in this study. All instruments were found to be as satisfactorily reliable. The results of the reliability analysis are shown in Table 1.

Table-1: Cronbach's Alpha Coefficients of Instruments

	Mean	Cronbach Alfa Coeff.
Individual factors	3,1504	,8142
Organizational factors	2,9320	,8233
Political Behavior	2,4344	,9561

Factor Analysis was conducted to find out the subcomponents of the three instruments by using the method of principle component.

Six different inventories have been used to identify the individual factors (locus of control, self-monitor, expectation of success, organizational investment, perceived job alternatives and Machiavellianism). Factor analysis has been conducted to check whether the items are collected under the same factors intended to measure the given dimensions. Although the items are collected under the six factors intended, the reliabilities of some of the inventory were very low. Therefore, only those factors whose reliabilities were acceptable included in the study (Table 2).

For the instrument identifying the individual antecedents, KMO Measure of Sampling Adequacy was found as .797. This value indicates that the items of instrument are homogenous and that estimating the variance of each variable in correlation matrix by all of the other variables in the matrix is significantly high, so these items are appropriate for factor analysis. The value of Bartlett's test of sphericity was found as 1304,465 with the significant value of .000 which indicates that computed factor analysis is significant. 45 items were collected under three factors which have explaining power of 59,017% of total variation. The factors with their loadings and reliabilities are given in Table 2.

Table-2: Factors of Individual Antecedents

Factor No	Factor Labels	% of var.	Mean	α
1	Expectation of success	24,091	2,5909	,8463
2	Self-monitor	20,963	3,5684	,7830
3	Organizational investment	13,963	3,2918	,6462

Nine different inventories have been used to identify the organizational factors (role ambiguity, reallocation of resources, self-serving senior managers, zero-sum reward practices, high performance pressures, democratic decision-making, unclear performance evaluation, trust and promotion). Factor analysis has been conducted again to check whether the items are collected under the same factors intended to measure the given dimensions. The items are collected under eight factors. The items of the ninth factor were not included in the study due to low factor loading.

For the instrument identifying the organizational antecedents, KMO Measure of Sampling Adequacy was found as .843. This value indicates that the items of instrument are homogenous and that estimating the variance of each variable in correlation matrix by all of the other variables in the matrix is significantly high, so these items are appropriate for factor analysis. The value of Bartlett's test of sphericity was found as 4240,257 with the significant value of .000 which indicates that computed factor analysis is significant. 39 items were collected under eight factors which have explaining power of 66,476 % of total variation. The factors with their loadings and reliabilities are given in Table 3.

Table-3: Factors of Organizational Antecedents

Factor No	Factor Labels	% of var.	Mean	α
1	Trust	20,492	3,2801	,8238
2	Reallocation of resources	17,093	2,8052	,8686
3	Zero-sum reward system	6,822	2,8290	,8314
4	Unclear performance evaluation	5,389	3,4400	,8163
5	Promotion opportunities	4,843	2,8166	,7661
6	Self-serving senior managers	4,554	2,8450	,7898
7	Role ambiguity	2,1814	2,1814	,6638
8	Democratic decision-making	3,467	3,2604	,7040

Factor analysis has been conducted to investigate the factors of political behavior inventory. The items have been collected under three factors. For the instrument identifying the political behavior, KMO Measure of Sampling

Adequacy was found as .960. This value indicates that the items of instrument are homogenous and that estimating the variance of each variable in correlation matrix by all of the other variables in the matrix is significantly high, so these items are appropriate for factor analysis. The value of Bartlett's test of sphericity was found as 4914,671 with the significant value of .000 which indicates that computed factor analysis is significant. 36 items were collected under three factors which have explaining power of 67,873 % of total variation. The factors with their loadings and reliabilities are given in Table 4.

Table-4: Factors of Political Behavior

Factor No	Factor Labels	% of var.	Mean	α
1	Exaggeration and insincerity	38,222	1,9325	,9330
2	Coalition	16,432	2,7082	,8571
3	Exchange of favors	13,219	2,6626	,6970

3.2. Regression Analyses

Several regression analyses have been conducted to find out the effect of individual antecedents and organizational antecedents on political behavior. First of all, the effect of total individual and organizational antecedents has been measured by regression analysis. As a result, it has been found out that total individual antecedents have approximately 30% contribution and total organizational antecedents have 40% contribution on total political behavior. However, the explaining power of the model in both cases is very low as seen in Table 5.

When both total individual and organizational antecedents have been regressed on political behavior, the explaining power of the model increases (Adj R^2 ,164). The contribution of total individual antecedents is approximately ,120 and the contribution of total organizational antecedents is approximately ,330 (Table 5).

Table-5: Result of the Regression Analysis Between Total Individual Antecedents, Total Organizational Antecedents and Total Political Behavior

Independent variable	Dependent variable	Multiple R	Adjusted R square	F	F sig.	Variables in the equation		
						Beta	t	Sig. t
Total Individual Antecedents	Total Political Behavior	,297	,086	31,681	,000	,297	5,629	,000
Total Organizational Antecedents	Total Political Behavior	,397	,155	27,713	,000	,397	7,816	,000
Total Individual Antecedents	Total Political Behavior	,411	,164	33,175	,000	,126	2,141	,033
Total Organizational Antecedents						,332	5,630	,000

As a second step in the regression analyses, the effect of both the total individual antecedents and the total organizational antecedents on the factors of political behaviors individually have been analyzed. It has been found out that only the organizational antecedents have contribution on “exaggeration and insincerity” and “coalition” factors of political behavior. However, the explaining power of the model is still very low (Table 6). On the “exchange of favor” factor of political behavior, both the total individual antecedents and the total organizational antecedents have been found to have an effect as seen in Table 6.

Table-6: Result of the Regression Analysis Between Total Individual Antecedents, Total Organizational Antecedents and Political Behavior Factors

Independent variable	Dependent variable: Political Behavior Factors	Multiple R	Adjusted R square	F	F sig.	Variables in the equation		
						Beta	t	Sig. t
Total Organizational Antecedents	Exaggeration and insincerity	,479	,227	97,421	,000	,479	9,870	,000
Total Organizational Antecedents	Coalition	,266	,068	24,846	,000	,266	4,985	,000
Total Individual Antecedents	Exchange of favors	,282	,074	14,089	,000	,161	2,601	,010
Total Organizational Antecedents						,163	2,624	,009

As a third analysis, the effect of the factors of individual antecedents on the factors of political behavior has been tested. Among the factors of individual antecedents, “expectation of success” and “self-monitor” factors have been found to affect “exaggeration and insincerity” and “coalition” factors of political behavior. “Expectation of success” factor has approximately ,570 contribution and “self-monitor” factor has ,130 negative contribution on “exaggeration and insincerity” factor of political behavior. “Expectation of success” factor has approximately ,430 contribution and “self-monitor” factor has ,210 negative contribution on “coalition” factor of political behavior. On the other hand, on the “exchange of favors” factor of political behavior, only the “expectation of success” factor has been found to have an effect (approx. 39%) as seen in Table 7.

Table-7: Result of the Regression Analysis Between Individual Factors and Political Behavior Factors

Independent variable: Individual Factors	Dependent variable: Political Behavior Factors	Multiple R	Adjusted R square	F	F sig.	Variables in the equation		
						Beta	t	Sig. t
Expectation of success	Exaggeration and insincerity	,597	,352	90,214	,000	,569	12,743	,000
Self-monitor						-,132	-2,953	,003
Expectation of success	Coalition	,495	,240	52,794	,000	,428	8,846	,000
Self-monitor						-,209	-4,318	,000
Expectation of success	Exchange of favors	,386	,146	57,203	,000	,386	7,563	,000

All the factors of the organizational antecedents have been regressed on the factors of political behavior to find out the contribution of each factor. It has been found out that on the “exaggeration and insincerity” factor of political behavior, “reallocation of resources” (approx. ,170), “zero-sum reward system” (approx. ,250), “unclear performance evaluation system” (approx. ,220), “self-serving senior managers” (approx. ,130), “role ambiguity” (approx. ,290) have contributions (Table 8).

“Zero-sum reward system” and “role ambiguity” factors of organizational antecedents have been found to have contribution on “coalition” factor of political behavior. The explaining power of the model is very low (approx. ,110). “Zero-sum reward system” factor has been found to have contribution (approx. ,250) on the “exchange of favors” factor of political behavior.

Table-8: Result of the Regression Analysis Between Organizational Factors and Political Behavior Factors

Independent variable: Organizational Factors	Dependent variable: Political Behavior Factors	Multiple R	Adjusted R square	F	F sig.	Variables in the equation		
						Beta	t	Sig. t
Reallocation of resources	Exaggeration and insincerity	,548	,290	27,774	,000	,166	3,149	,002
Zero-sum reward system						,252	4,821	,000
Unclear performance evaluation						,217	4,061	,000
Self-serving senior managers						,133	2,359	,019
Role ambiguity						,292	5,739	,000
Zero-sum reward system	Coalition	,336	,108	20,777	,000	,281	5,374	,000
Role ambiguity						,173	3,304	,001
Zero-sum reward system	Exchange of favors	,249	,059	21,606	,000	,249	4,648	,000

Finally, all the factors of individual antecedents and organizational antecedents have been put together into regression analysis with political behavior. It has been found out that “expectation of success”, “self-monitor”, “zero-sum reward system”, “unclear performance evaluation”, “role ambiguity” and “democratic decision-making” factors affect “exaggeration and insincerity” factor of political behavior as seen in Table 9. “Trust”, “reallocation of resources” and “zero-sum reward system” factors of organizational antecedents have been found to affect “coalition” factor of political behavior and “expectation of success” factor of individual antecedents and “zero-sum reward system” factor of organizational antecedents have been found to affect “exchange of favors” factor of political behavior (Table 9).

Table-9: Result of the Regression Analysis Between Individual Factors, Organizational Factors and Political Behavior Factors

Independent variable: Individual Factors & Organizational Factors	Dependent variable: Political Behavior Factors	Multiple R	Adjusted R square	F	F sig.	Variables in the equation		
						Beta	t	Sig. t
Expectation of success	Exaggeration and insincerity	,663	,429	42,096	,000	,461	9,948	,000
Self-monitor						-,108	-2,415	,016
Zero-sum reward system						,189	4,153	,000
Unclear performance evaluation						,111	2,228	,027
Role ambiguity						,208	4,322	,000
Democratic decision-making						,096	2,027	,043
Trust	Coalition	,515	,258	39,105	,000	,368	7,103	,000
Reallocation of resources						-,220	-4,582	,000
Zero-sum reward system						,156	3,017	,003
Expectation of success	Exchange of favors	,401	,156	31,308	,000	,340	6,207	,000
Zero-sum reward system						,120	2,181	,030

CONCLUSION

Political behavior is very important for the organizations because previous research implies that paying attention to organization politics has utility for the members of the organization. Morrison (1992), report that it is useful for organizational newcomers to look for information related with how the political behavior functions in their new organization. Madison et al. (1980) reported that 46% of the managers in their sample viewed politics as equally or more helpful than job performance in attaining faster promotions. Krackhardt (1990) reported that employees with more accurate perceptions of the informal networks within their organizations were seen as more powerful by other members. These results imply that employees may pay attention to political

behavior in order to better comprehend what is happening in the organization and to exercise greater control over events in their work environment.

The main objective of the study was to find out which of the individual and organizational factors are more effective in leading to political behavior. It has been found out that both individual and organizational antecedents contribute to political behavior. When the political behaviors are analyzed individually, it has been found out that while both the characteristics of the individual and organization contribute to exaggerated and insincere behaviors, only the characteristics of the individual are effective in building up coalition and exchanging favors with others to achieve desired results.

When the characteristics of the individual are taken alone to find out which of the characteristics are more effective, it has been found out that expectation of success is very important in leading to political behavior. That is, if individuals expect that they will get what they want when they act politically, they will be engaged in different types of political behaviors such as exaggerating their performance, acting insincerely toward others such that they may act as if they support them or approve what they do when in fact they do not, building coalitions and doing favors for others to get favors in turn for themselves.

Among the individual characteristics, those who are self-monitors are found to behave less politically, that is they do not behave insincerely or exaggerate their behaviors to get others' approval, they are also found not to build up coalitions. This finding is contrary to the previous research which claims that since self-monitors are more sensitive to social cues and show more social conformity, they are more likely to be skillful in political behavior than the low self-monitor. Self-monitors have the ability to adjust their behaviors to external, situational factors and can behave differently in different situations (Snyder, 1987). On the other hand, research conducted among a sample of 101 supervisor-subordinate pairs in a healthcare setting, revealed that there is a significant interaction between self-monitoring and past evaluation of an individual's job performance. That is, high self-monitors are more inclined to engage in political behavior when they had received positive performance ratings, but avoid engaging in political behavior when they had received less favorable appraisals. On the contrary, the political behavior of low self-monitors was not affected by their past performance ratings (Fuller, Barnett, Hester, Relyea and Frey, 2007). As a result we might assume that the finding of this study in which the self-monitors are found not to engage in political behavior might be due to their past performance appraisal and their not being successful when engaged in political behavior in the past due to the culture of the organization not being appropriate for such behavior. Therefore, the

characteristics of the culture and the characteristics of the sample might be leading to different results in different research.

When the characteristics of the organization are analyzed, it has been found out that when the resources are to be reallocated among employees, employees exaggerate their performance and work to get more of the resources. On the other hand, when there is reallocation of resources, employees are not involved coalition building type of political behavior. When the organization's reward system is established such that what one gains changes according to what others lose, that is it is zero-sum reward system, then individuals exaggerate their performance, behave insincerely to get others' approval and build up coalitions to get more out of the pie.

Moreover, when the performance evaluation criterion is not clear and when the roles of the employees are ambiguous they would be more involved in exaggerating performance and behaving insincerely to achieve their own goals.

The behaviors of the managers are also important in being a model. If employees observe their managers engaging in political behavior and witness that they become successful when they do so, they will also be engaged in political behavior.

To sum up, political behavior is a reality of organizational life. Of course, legitimate political behavior is more common in organization while the illegitimate politics is dangerous for the implementer. However, organizations can take some measures to reduce the political behavior. As the findings of the study suggest that expectation of success, role ambiguity, unclear performance evaluation system, self-serving managers, reallocation of resources, zero-sum reward system lead to some type of political behavior. If the organizations want to have more real behavior that is, behavior not exaggerated and sincere, they have to make their performance evaluation criteria more clear, objective and help everyone understand it. On the other hand, managers themselves should be role models to the subordinates if they do not want to have political behavior in the organization. If they act objectively, sincerely and become more open and show the positive consequences of this type of behavior to the others, then their behavior will become a role model to others. The roles and duties of the employees should be made very clear and employees should know what is expected of them. If employees can observe what type of behaviors is rewarded and see that political behavior is not accepted within the organization, then their probability of engaging in such behavior would be reduced. Zero-sum reward system is not very healthy for the organizations because it leads to win-lose approach. Therefore, reward system should be developed in such a way that employees understand cooperation, information sharing and openness are

rewarded. If the individuals expect that the political behavior would help them achieve their goals more easily, they would be more readily involved in such behavior. This type of expectation would not be developed by the individuals if they see the consequences are not positive.

One important finding of this study is the positive contribution of "democratic decision-making" on the insincerity and exaggeration factor of political behavior. It was found out that as people are more involved in decisions, they behave more politically by exaggerating their performance and showing themselves differently to get others' approval. This finding is consistent with previous research stating that political behavior is more dominant at the upper levels of organizations (Ferris, Russ, & Fandt, 1989; Madison, Allen, Porter, Renwick & Mayes, 1980) due to the uncertainty and ambiguity in the decisions that upper management takes (Feldman, 1988; Ferris, Harrell-Cook & Dulebohn, 2000). Since decisions must be made collectively by bargaining and exercising influence and due to radical innovations, new technology, and/or uncertainty about goals, the likelihood of individuals utilizing political behavior to reach their objectives is increasing (Ferris et al., 1996; Prasad, 1993). These actions might include the formation of internal or external alliances and coalitions, withholding key information from decision-makers, agenda control, and cooptation, or lobbying key executives in an attempt to gain their support (Eisenhardt & Bourgeois, 1988; Pettigrew, 1973; Pfeffer, 1981). The organizations should be very careful when involving employees in decision-making. When democratic decision-making is applied within the organization, the performance criteria should be very clear. Individuals should be encouraged to be open, transparent and every idea proposed should be valued objectively. Then the employees might not feel the need to engage in political behavior to impress others.

This study has many limitations. The results of the study cannot be generalized to the whole population due to the sample size. Different results might be obtained with different and a larger sample.

REFERENCES

- Alutto, J. A. and J. A. Belasco (1972) "Typology for Participation in Organizational Decision-Making", *Administrative Science Quarterly*, 17, 117-125.
- Barnard, C. I. (1938) *The Functions of the Executive*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Biberman, G. (1985) "Personality and Characteristic Work Attitudes of Persons with High, Moderate and Low Political Tendencies", **Psychological Reports**, Oct, 1303-10.
- Buchanan, B. (1974) "Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations", **Administrative Science Quarterly**, 19, 546-53.
- Christie, R. and F. L. Geis (1970) *Studies in Machiavellianism*, N.J., Academic Press, in Robbins, P.S. (1998) **Organizational Behavior**, (8th ed.), New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Cropanzano, R., J. C. Howes, A. A. Grandey and P. Toth (1997) "The Relationship Of Organizational Politics and Support to Work Behaviors, Attitudes, and Stress", **Journal of Organizational Behavior**, 18, 159-80.
- Cropanzano, R., K. M. Kacmar and D.P. Bozeman (1995) "The Social Setting Of Work Organizations: Politics, Justice, And Support", in R. Cropanzano and K.M. Kacmar (Eds) **Organizational Politics, Justice, and Support: Managing the Social Climate of Work Organizations**, Quorum Books, Westport, CT, 1-18.
- Eisenhardt, K. M. and L. J. Bourgeois (1988) "Politics of Strategic Decision-making in High-Velocity Environments: Toward a Midrange Theory", **Academy of Management Journal**, 31(4), 737-70.
- Fandt, P. M. and G. R. Ferris (1990) "The Management of Information and Impressions: When Employees Behave Opportunistically", **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, February, 140-58.
- Farrell, D. and J. C. Petersen (1982) "Patterns of Political Behavior in Organizations" **The Academy of Management Review**, Jul.,7, 403-12.
- Feldman, S. P. (1988) "Secrecy, Information, and Politics: An Essay on Organizational Decision Making", **Human Relations**, 41(1), 73-90.
- Ferris, G. R., D. D. Frink, M. C. Galang, J. Zhou, K. M. Kacmar and J.L. Howard (1996) "Perceptions of Organizational Politics: Predictions, Stress-related Implications and Outcomes", **Human Relations**, 49(2), 233-56.
- Ferris, G. R., G. Harrell-Cook and J.H. Dulebohn (2000) "Organizational Politics: The Nature of the Relationship between Politics, Perceptions, and Political behavior" in S.B. Bacharach and E. J. Lawler (eds.), *Organizational Politics* Stamford, CT: JAI Press Inc., 89-130, cited in Anderson, D. (2003). "The Integration of Gender and Political Behavior into Hambrick and Mason's Upper Echelons Model of Organizations", **Journal of American Academy of Business**, 3(1/2); 29-37.

- Ferris G. R., G. S. Russ and P. M. Fandt (1989) "Politics in Organizations", in Giacalone, R. A. and P. Rosenfeld (eds.), *Impression Management in the Organization*, 143-70, cited in G.H. Cook, G.R. Ferris and J.H. Dulebohn (1999) "Political Behaviors as Moderators of the Perceptions of Organizational Politics-Work Outcomes Relationships", **Journal of Organizational Behavior**, Dec., 20(7), 1093-105.
- Ferris, G. R., D. B. Fedor, J. G. Chachere and L. R. Pondy (1989) "Myths and Politics in Organizational Context", *Group and Organization Studies*, 14, 83-103, cited in V. Eran, (2000). "Internal Politics in Public Administration Systems: An Empirical Examination of its Relationship with Job Congruence, Organizational Citizenship Behavior, and in-Role Performance", **Public Personnel Management**, Summer, 83-04.
- Fuller, B. J., T. Barnett, K. Hester, C. Relyea and L. Frey (2007) "An Exploratory Examination of Voice Behavior from an Impression Management Perspective", **Journal Of Managerial Issues**, 19(1), 134-53.
- Gamson, W. A., (1968) **Power and Discontent**, Homewood, III.: Dorsey, cited in Farrell, D. and J. C. Petersen (1982) "Patterns of Political Behavior in Organizations", **The Academy of Management Review**, 7, 403-12.
- Gandz, J. and V. V. Murray (1980) "The Experience of Workplace Politics", **Academy of Management Journal**, 23, 237-51.
- Gray, B. and S. Ariss (1985) "Politics and Strategic Change Across Organizational Life Cycles", **Academy of Management Review**, 10: 707-23.
- Goh, S. C. and A. R. Doucet (1986) "Antecedent Situational Conditions of Organizational Politics: An Empirical Investigation", Paper presented at the Annual Administrative Sciences Association of Canada Conference, Whistler, B. C., May, cited in P. S. Robbins, (1998). **Organizational Behavior**, (8th ed.), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Hardy, C. (1987) "The Contribution of Political Behavior to Organizational Behavior", in J.W. Lorsch (ed.) (1987) *Handbook of Organizational Behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 103 cited in P. S. Robbins, (1998). **Organizational Behavior**, (8th ed.), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Harrell-Cook, G., G. R. Ferris and J. H. Dulebohn (1999) "Political Behaviors as Moderators of the Perceptions of Organizational Politics-Work Outcomes Relationships", **Journal of Organizational Behavior**, 20(7), 1093-105.
- Hickson, D. J. (1987) "Decision-making at the top of Organizations", in W. R. Scott and J. F. Short, Jr. (Eds.), **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, CA: Annual Reviews Inc., 165-92.

- Kacmar, KL, D. P. Bozeman, D. S. Carlson and W. P. Anthony (1999) "An Examination of the Perceptions of Organizational Politics Model: Replication And Extension", **Human Relations**, 52, 383-16.
- Krackhardt, D. (1990) "Assessing the Political Landscape: Structure, Cognition and Power in Organizations", **Administrative Science Quarterly**, 35, 342-369.
- Kipnis, D., S. M. Schmidt and I. Wilkinson (1980) "Intraorganizational Influence Tactics: Exploration in Getting One's Way", **Journal of Applied Psychology**, 65, 440-52.
- Lennox, R. D. and R. N. Wolfe (1984) "Revision of the Self-Monitoring Scale", **Journal of Personality and Social Psychology**, June, 1361-388.
- Madison, D. L., R. W. Allen, L. W. Porter, P. A. Renwick and B. T. Mayes (1980) "Organizational Politics: An Exploration of Managers' Perceptions", **Human Relations**, 33(2), 79-100.
- Mayes, B. T and R. W. Allen (1977) "Toward a Definition of Organizational Politics", **Academy of Management Review**, 2, 672-78.
- Mintzberg, H. (1983) *Power in and Kround Organizations*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, cited in V. Eran, (2000) "Internal Politics in Public Administration Systems: An Empirical Examination of its Relationship with Job Congruence, Organizational Citizenship Behavior, and In-role Performance", **Public Personnel Management**, Summer, 83-04.
- Morrison, E. W. (1992) "An Exploratory Study of Information Acquisition During Socialization", Paper presented at the 1992 Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Montreal, Quebec, cited in C. P. Parker, R. L. Dipboye and S. L. Jackson (1995), "Perceptions of Organizational Politics: An Investigation of Antecedents And Consequences", **Journal of Management**, 21, 891-12.
- Pettigrew, A. (1973). *The Politics of Organizational Decision Making*, London: Tavistock. cited in D. Anderson, (2003) "The Integration of Gender And Political Behavior into Hambrick and Mason's Upper Echelons Model of Organizations", **Journal of American Academy of Business**, 3(1/2), 29-37.
- Pfeffer, J. (1981) *Power in Organizations*, Marshfield, MA: Pitman Publishing Inc., cited in D. Anderson, (2003) "The Integration of Gender and Political Behavior Into Hambrick and Mason's Upper Echelons Model of Organizations", **Journal of American Academy of Business**, 3(1/2), 29-37.
- Pfeffer, J. (1992) *Management with Power*, Boston, MA: Harvard Business School Press, cited in V. Eran, (2000) "Internal Politics in Public Administration Systems: An Empirical Examination of its Relationship with job Congruence, Organizational Citizenship Behavior, and In-role Performance", **Public Personnel Management**, Summer, 83-04.

- Pfeffer, J. (1978) "The Micropolitics of Organizations", in M. Meyer and associates (eds.), *Environments and Organizations*. San Fransisco: Jossey-Bass, 29-50, cited in D. Farrell and J. C. Petersen (1982). "Patterns of Political Behavior in Organizations", **The Academy of Management Review**, 7, 403-12.
- Porter, L. W., R. W. Allen and H.L. Angle (1981). "The Politics of Upward Influence in Organizations", in L. L. Cummings, and B. M. Staw (eds.), **Research in Organizational Behavior**, 3, JAI Press, Greenwich, CT, 109-49.
- Prasad, L. (1993) "The Etiology of Organizational Politics: Implications for the Intrapreneur", **SAM Advanced Management Journal**, 58(3), 35-41.
- Randall, M., L.R. Cropanzano, C. A. Bormann and A. Birjulin (1999). "Organizational Politics and Organizational Support as Predictors of Work Attitudes, Job Performance, and Organizational Citizenship Behavior", **Journal of Organizational Behavior**, 20(2),159-74.
- Robbins, P. S. (1998) **Organizational Behavior**, (8th ed.), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Rotter, J. B. (1971) "External Control and Internal Control, Psychology Today", June 42, cited in P. S. Robbins, (1998) **Organizational Behavior**, (8th ed.), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Rusbult, C. E. and D. Farrell (1983) "A Longitudinal Test of the Investment Model", **Journal of Applied Psychology**, 68, 429-27.
- Rusbult, C. E., D. Farrell, G. Rogers and A. G. Mainous (1988) "Impact of Exchange Variables on Exit, Voice, Loyalty, and Neglect: An Integrative Model of Responses to Declining Job Satisfaction", **Academy of Management Journal**, 31, 599-27.
- Schein, V. E. (1977) "Individual Power and Political Behaviors in Organizations: An Inadequately Explored Reality", **Academy of Management Review**. 2: 64-72.
- Snyder, M. (1987) *Public Appearances/Private Realities: The Psychology of Self-Monitoring*, New York: W.H. Freeman, cited in P.S. Robbins, (1998). **Organizational Behavior**, (8th ed.), New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Spencer, D. G., and R. M. Steers (1980) "The Influence of Personal Factors and Perceived Work Experiences on Employee Turnover and Absenteeism", **Academy of Management Journal**, 23, 567-72.
- Tushman, M. L. (1977) "A Political Approach to Organizations: A Review and Rationale", **Academy of Management Review**, 2 (2), 206-12.

Vredenburg, D. J. and J. G. Maurer (1984) "A Process Framework of Organizational Politics", **Human Relations**, January, 47-66.

Wallace, M. and A. Szilagyi (1982) *Managing Behavior in Organizations*, Glenview, IL: Scott, Foresman, 181, cited in V. Eran, (2000) "Internal Politics in Public Administration Systems: An Empirical Examination of its Relationship with Job Congruence, Organizational Citizenship Behavior, and In-role Performance", **Public Personnel Management**, Summer, 83-04.

Yukl, G. and M. C. Falbe (1990) "Influence Tactics and Objectives in Upward, Downward and Lateral Influence Attempts", **Journal of Applied Psychology**, 75(2), 132-40.

PERAKENDECİLİK HİZMETLERİNDE KALİTE

Kahraman ÇATI*
Süleyman ŞAHİN**

Özet

Bu çalışma, Düzce İlin’de bir süpermarket müşterilerine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı, süpermarketlerde sunulan hizmetlerin kalitesini, müşteri beklentileri ve algılamalarından faydalanarak ölçmektir. Hizmet kalitesini ölçmek için SERVQUAL kalite modelinden faydalanılmıştır. Anketle elde edilen veriler SPSS 10.0’da değerlendirilmiştir. Yapılan FAKTÖR Analizi sonucu, “Personelin Müşterilerle Olan Diyalogu”, “Perakendecilik Politikaları”, “Müşteriye Yönelik Kolaylıklar”, “Fiziki Unsurlar” ve “Sorun Giderme” şeklinde beş boyut belirlenmiştir. Yapılan MANOVA Analizi sonucu, müşterilerin demografik özelliklerine bağlı olarak bazı hizmetlerin farklı algılandığı saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Perakendecilik, perakendecilik hizmetleri, hizmet kalitesi.

Abstract

Quality in Retailing Services

This study was done on the customers of a supermarket in Duzce city. The research aims at measuring the quality of the services in supermarkets making use of the customers’ perceptions and expectations. SERVQUAL quality model was used in order to measure the quality of service. The data derived from the questionnaire were evaluated in SPSS 10.0. As a consequence of the FACTOR analysis, five dimensions were determined. These dimensions are: “personel’s dialogue with the customers”, “retailing policies”, “facilities for the customers”, “physical elements” and “solving the problems”. As a consequence of the MANOVA analysis, it was seen that some services are perceived differently depending on the demographic features of the customers.

Keywords: Retailing, retailing services, service quality.

* Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Akçakoca Meslek Yüksekokulu, kahramancati@yahoo.com

** Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Düzce Meslek Yüksekokulu.

GİRİŞ

Dünyada özellikle son yıllarda ekonomik, sosyal ve teknoloji sahalarında büyük gelişmeler yaşanmaktadır. Bu gelişmelerden Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler de nasibini almaktadır. Hızlı şehirleşme sonucunda büyük şehir sayısının ve bu şehirlerde yaşayan nüfus miktarının hızla arttığı gözlenmektedir. Bununla birlikte bu yerleşim birimlerinde yaşayan kesimin harcanabilir gelirin diğer yerleşim birimlerinde yaşayanlara nispeten daha fazla artış göstermesi, eğitim ve kültür düzeyinin yükselmesi, kadının toplum içindeki rolünün değişmesi, toplam iş gücü içerisinde çalışan kadın sayısının giderek artması, tüketicinin satın alma alışkanlıklarında birtakım değişikliklerin meydana gelmesi ve buna benzer birçok değişiklikler perakendeciliğin ve özelliklede büyük marketlerin gelişmesini hızlandırmıştır.

Büyük marketlerin gelişmesini etkileyen bu olumlu faktörlere rağmen, perakendecilik sektöründe bir takım problemlerin olduğu tartışmasızdır. Büyük market yöneticilerinin müşteri beklentilerini, müşterilerin sunulan hizmetleri nasıl algıladıklarını, müşterilerin demografik özelliklerine göre beklentileri ve sunulan hizmetleri algılamaları farklılık gösterip göstermediğinin bilmesi son derece önemlidir. Çünkü, bir market yöneticisinin müşterisinin kim olduğunu ve müşterisinin nasıl bir hizmet beklediğini bilmemesi, müşterilerin tatminsizliği ile ilgili önemli bir problemin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Bu çalışmada, perakendecilik ve perakendecilik kapsamında hizmet sunan birimlerin tanımları yapılacaktır. Perakende hizmet sunan büyük marketlerde ne gibi hizmetler sunulduğu ve büyük marketlerde müşteri tatmini ile ilgili literatür taraması yapılacaktır. Ayrıca, Düzce ilinde hizmet sunan bir süpermarketin müşterilerinin demografik özellikleri, hizmet olarak marketten neler bekledikleri, markette sunulan hizmetleri nasıl buldukları ve alış-veriş yapmış oldukları marketten ne derece memnun oldukları araştırılacaktır.

1. PERAKENDECİLİK

Perakendecilik, nihai tüketicilere mal ve hizmetlerin doğrudan doğruya satış işlemidir. Başka bir ifade ile perakendecilik, satın alanın nihai tüketici olması ve satın alma nedeninin de bireysel ya da ailevi ihtiyacını karşılamak için olmasıdır (Harcar, 1990: 25). Perakendecilik, tüketici ve üreticiler arasındaki dağıtım zincirinin son halkasıdır. En basit formuyla perakendecilik, mal ve hizmetlerin satın alınması ve tüketimi aşamasında devreye giren faaliyet koludur (Arıkbay, 1996: 1).

Perakendecilik çok değişken tip ve büyüklükteki işletmeleri içeren dinamik ve kompleks bir sektördür. Sektörün dağınık ve karmaşık yapısı bütüncül değerlendirmeleri ve toplu yaklaşımları engelleyici etki yapmaktadır (Arıkbay, 1996: 1). Perakende hizmetlerinin sunulmuş olduğu yerler büyüklük ve küçüklüklerine göre şöyledir (Müftüoğlu, 2000: 4-5):

Hipermarketler; en az 2500 m² satış alanı olan, otoparkı, dinlenme alanları ile gıda ve gıda dışı ürünlerin düşük fiyatlarla satıldığı self-servis yöntemine göre çalışan ve genellikle şehir dışında olan yerlerdir. Ortalama satış alanları 8000-20000 m² arasında değişmektedir.

Süpermarketler; 400-2500 m² alana sahip, genellikle tek katlı satış alanlarıdır. Çoğunda otopark bulunur. Birden çok yazarkasa çıkışı vardır. Üretim kaynaklarından mümkün olan en yüksek oranda, aracısız satın alma, hızlı stok devri, düşük kar marjı ilkeleriyle çalışır.

Küçük Süpermarketler; 400-1000 m² arasında satış alanına sahip ve en az 2 yazarkasası bulunan satış yerleri bu sınıf içinde değerlendirilmektedir.

Marketler; 50-100 m² arasında satış alanına sahip ve yazarkasası bulunan satış yerleridir.

Bakkallar; 50 m²'den küçük satış alanına sahip bu yerlerin sayısı pazarda yaşanan gelişmeler sonucu düşme eğilimine girmiştir.

Literatürde perakende işletmelerinin farklı özellikleri esas alınarak tanımlamalar yapılmıştır. Müftüoğlu (2000), perakende işletmelerini tanımlarken ağırlıklı olarak satış alanı üzerinde durmaktadır. Uluslararası Self Servis Örgütü Süpermarket tanımında, alan ölçüsünü ve satılan ürün çeşidi üzerinde dururken, Süpermarket Enstitüsü, satış miktarı üzerinde durmaktadır (Tek, 1996: 27). AC Nielsen Zet (2002) ise satış alanı, yazar kasa sayısı ve bazı özellikleri esas almaktadır.

Perakende işletmeleri sunmuş oldukları hizmetlere göre farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Tablo 1'de hangi perakende işletmesinin hangi hizmetleri sunması gerektiği gösterilmektedir.

Tablo-1: Perakendeci Kuruluşların Özellikleri

	Satış alanı (m ²)	Yazar Kasa (adet)	Diğer Özellikler
Hipermarket	2500'den büyük	8'den çok	Self Servis, Park alanı, ATM
Büyük Süpermarket	1000-2499	2' den çok	Self Servis
Süpermarket	400 - 999	2' den çok	Self Servis
Küçük Süpermarket	100 - 399	2	Self Servis
Orta Market	50-99	1	Ana cadde veya ana caddeye açılan yan sokak üzeri
Bakkal	50'den az	1	

Kaynak: "Türkiye Tüketim ve Alışveriş Göstergeleri Raporu", AC Nielsen Zet, 2002, s.10. 'dan faydalanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 1'de görüldüğü gibi satış alanı, yazar kasa sayısı, self servis, park alanının olması ve ATM bulundurulması gibi özellikler, perakende hizmeti sunan işletmenin hipermarket, süpermarket vb. şeklinde isimlendirilmesinde etkili olmaktadır (AC Nielsen Zet, 2002: 10). Başka bir ayırım da ürün karması ile ilgilidir. Bir mağazada satılan ürünün çeşidine göre, departmanlı mağaza, özellikli mağaza ya da market gibi isimlerle adlandırılır. Marketlerde ağırlıklı olarak gıda ürünleri satılırken, departmanlı mağazalarda daha çok giyim ve ev eşyası satılır (Arıkbay, 1996: 113).

Türkiye'de yaşanan hızlı kentleşme sonucunda değişen tüketim alışkanlığı, perakende sektörünün özellikle son 10 yılda büyük adımlar atmasını sağlamıştır (Yılmaz ve Altunışık, 2003: 97-98). Yeni tüketim alışkanlıkları ve müşteri bilinçlenmesi sektörde hızlı büyüme ve yapılanmayı beraberinde getirirken, mahalle aralarındaki bakkal konsepti, günümüz tüketicisi için yetersiz kalmıştır. Artık tüketiciler aradıkları her şeyi bir arada bulabildikleri, ailece alışverişe gidebilecekleri ve kredi kartlarını kullandığı, promosyonlu ve kampanyalı alışverişlerin yapıldığı toplu alışveriş yerlerini tercih etmeye başlamışlardır (Ünlü, 2003: 22). Ancak, büyük marketlerin gelişmesi için birçok sebep olmasına rağmen, bu konuda Türkiye, Avrupa ülkelerinin çok gerisinde kalmıştır.

Tablo 2'de görüldüğü gibi, bir milyon kişi başına düşen mağaza konusunda, Türkiye Avrupa ortalamasının çok gerisinde kalmaktadır. Hipermarketlerde, Avrupa ortalaması mağaza başına 66.666 kişi iken, Türkiye'de 500.000 kişiye ancak bir mağaza düşmektedir. Büyük süpermarketler konusunda; Avrupa'da mağaza başına 6.666 kişi düşerken Türkiye'de mağaza başına 62.500 kişi düşmektedir. Küçük süpermarket konusunda ise Avrupa'da mağaza başına 3.832 kişi iken, Türkiye'de mağaza başına 35.714 kişi düşmektedir.

Tablo-2: Avrupa Ülkelerindeki Perakende Sektörünün Durumu

Bir milyon kişi başına düşen mağaza sayısı			
	Hipermarketler	Süpermarketler (400-2.500 m ²)	Süpermarketler (100-400 m ²)
Avrupa ortalaması	15	150	261
İsveç	21	213	279
Fransa	2	102	490
Almanya	20	240	193
İngiltere	18	82	138
İspanya	8	109	201
İtalya	7	114	223
Yunanistan	6	102	241
Portekiz	5	68	184
Türkiye	2	16	28

Kaynak: ÜNLÜ, Özdem, Perakende, *Yatırım Dünyası*, Ekim 2003.

Perakende sektörüne, özellikle büyük marketlere olan talebin artması, büyük şirketlerin de perakende sektörüne girmesine sebep olmaktadır. Perakende sektörüne giren ve girmek isteyen işletme sayısının artması, sektördeki rekabeti artırmaktadır. 1970'li yıllarda fiyat konusunda olan rekabet yerini hizmet ve kalite temeline dayalı, tüketiciyi anlamaya ve ona reaksiyon vermeye yönelik yeni bir rekabet ortamının oluşturulduğunu göstermektedir. Perakendecilikte yeni yatırımlara yönelme ya da herhangi bir değişikliğe gitme konusunda ilk başvurulacak kaynak tüketici değerlendirmesi olmaktadır. Tüketicileri yalnız demografik özelliklere göre sınıflama geride kalmıştır. Günümüz perakendecisi, tüketicinin yaşam tarzı, ihtiyaçları ve istekleri gibi kriterleri incelemek zorundadır (Arıkbay, 1996: 80). Perakendeci, tüketicinin beklentilerine göre hizmet standardını belirlemelidir. Bu nedenle, perakendecinin, tüketicinin beklentilerini ve işletme tarafından sunulan hizmetleri müşterinin nasıl bulduğunu bilmesi gerekmektedir.

2. PERAKENDE HİZMETLERİNDE KALİTE

Hizmet sektörü; gelişen teknoloji, karmaşıklaşan iş hayatı, refah düzeyinin artması ve insanların kendilerine daha çok zaman ayırma istekleri gibi nedenlerle gelişmesini devam ettirmektedir. Ulusal ve uluslararası alanda hizmet sektöründe dikkate değer bir büyüme yaşanmaktadır. Hizmet sektöründeki bu hızlı gelişmenin sebepleri arasında yeni ürünlerin sayısının artması, özellikle programlama, onarım ve zaman paylaşımı gibi bilgisayara dayalı hizmetlerin gelişmesi önemli bir faktör olarak yer almaktadır (Kanıbir, Aydın ve Nart, 2003: 349). Ayrıca, boş zamanın çokluğu, kadınların çalışma

oranın artması, hayattan beklentilerin artması, karmaşık ürünlerin kullanılmasındaki artış ve yaşamın daha karmaşık olması gibi sebepler de hizmet sektörünün büyümesinde etkili olmuştur (Grönroos, 2004: 2 ve Cowell, 1993: 14).

Hizmetlerin kendilerine has soyutluk, stoklanamama, eş zamanlılık ve heterojenlik şeklinde sıralanan özellikleri (Devebakan ve Aksaraylı 2003: 40), hizmet kalitesinin ölçülmesi, kontrolü ve yönetilmesi ile ilgili konuların, fiziki mal üreten işletmelerde olduğundan farklı olarak incelenmesini gerektirmektedir (Uyguç, 1998: 24). Hizmet kalitesini ölçmek için değişik model ve yaklaşımlar ortaya konmuştur. Hizmet kalitesi modelleri; teknik ve fonksiyonel kalite modeli, Servqual, Servperf, kritik olaylar modelleri vb. şeklinde sıralanabilir. **Teknik ve fonksiyonel kalite** modeli, hizmet kalitesinin üç boyutunu ele almaktadır. Birincisi sunulan hizmetin sonucu ile ilgili boyut, ikincisi hizmet sunumunda personel davranışları ile ilgili boyut, üçüncüsü ise firma imajıdır (Görünroos 1990: 37). **Servqual kalite modeli**, müşteri beklenti ve algılarını esas alarak hizmet kalitesini ölçen bir modeldir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry 1985, 1988, 1991). **Servperf kalite modeli**, hizmet kalitesini ölçerken yalnız müşteri algılarını esas alan bir modeldir (Cronin ve Taylor, 1992-1994). **Kritik olaylar tekniği**, son zamanlarda hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan tekniklerden biridir (Öztürk, 2000: 60) ve müşterilerin hizmet satın alırken karşılaştıkları en olumlu ya da en olumsuz olayları hikaye etmesini esas alan modeldir (Bejoun, David vd., 1996; Chell, Elizabeth vd., 2000).

Bu çalışmada perakendecilik sektöründeki hizmet kalitesini ölçmek için servqual modeli kullanılacaktır. Servqual, hizmet kalitesinin ölçümünde en çok kullanılan modellerden biridir (Dursun ve Çerçi, 2004: 3). Cook ve Thompson (2000)'de Servqual modeli ile ilgili son on yılda 100 makale ve 20 doktora tezinin yapıldığını kaydetmiştir. Türkiye Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezi'nde yapılan taramada, 1994-2007 yılları arasında doktora ve yüksek lisans olmak üzere toplam 23 tezin yapıldığı görülmüştür. Google ile Türkçe sayfalarda yapılan taramalarda ise 30 civarında Türkçe makaleye rastlanmıştır.

Servqual modelinin Türkiye'de en çok sağlık (Yağcı ve Duman, 2006), bankacılık (Sarıkaya, 2004), ulaşım (Çatı ve Yıldız, 2005), kütüphane (Bulgan, 2002), eğitim (Kocapınar, 2002), belediye hizmetleri (Gümüšoğlu vd., 2007) ve turizm (Akbaba ve Kılıç, 2001) alanlarında kullanıldığı görülmektedir. Türkiye'de perakendecilik sektöründe hizmet kalitesi ile ilgili yok denecek kadar az çalışma yapılmıştır.

Servqual, 1985'de Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilmiştir. Model, 22 beklenti ve 22 algı olmak üzere 44 anket sorusundan

oluşmaktadır. Servqual modelinde hizmetin beş boyutu esas alınmaktadır. Bunlar; somut öğeler, güvenilirlik, cevap vericilik, güvence ve empatidir (Wang ve Tang, 2003: 17). Ancak, hizmet sektörünün özelliği ve kültürel farklılıklardan dolayı hizmet kalite boyutlarının değişebileceği kabul edilmektedir.

Servqual modeli, uluslararası literatürde perakendecilikle ilgili birçok çalışmada kullanılmış ve farklı kalite boyutlarına yer verilmiştir. Singapur’da süpermarket hizmetlerinde kalite üzerine yapılan bir araştırmada, hizmet kalitesini beş boyutun belirlediği saptanmıştır. Hizmet kalitesini belirleyen boyutlar; “personel etkileşimi”, “fiziki görünüm”, “politikalar”, “problem çözüme” ve “güvenilirlik” şeklindedir. Aynı çalışmada süpermarketlerin hizmet kalitesi için “fiziki görünüm” ve “personel etkileşimi” önemli olarak belirlenirken, diğer boyutların daha az önemli olduğu sonucuna varılmıştır (Abu, 2004: 639). Perakende hizmetlerinde kalite ile ilgili Türkiye’de yapılan bir çalışmada ise hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkileri üzerinde durulmuştur. Müşteri sadakatının daha çok hizmet kalitesinin nezaket, yeterlilik ve müşteriye anlama boyutlarından etkilendiği saptanmıştır (İrik, 2005). Gagliana ve Hathcote (2004)’de hazır giyim üzerine çalışan özellikli mağazalarda yapmış olduğu araştırmada Servqual modelini kullanmıştır. Bu çalışmada da farklı kalite boyutları ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar; kişisel iletişim, doğru ve güvenilir hizmet, fiziki unsurlar ve müşteriye sunulan kolaylıklardır. Söz konusu çalışmada müşterilere sunulan hizmetlerle ilgili beklenti ve algılama farklılıklarının demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği de saptanmıştır.

Literatürde Servqual modeli ile ilgili çalışmalarda uygulanan anketlerin soru adetleri de farklılık göstermektedir. Tablo 3’de bazı çalışmalardan örnekler yer almaktadır.

Tablo 3’de yer alan çalışmalarda, perakendecilik hizmetlerinde kaliteyi ölçmek için Servqual modeli kullanılmıştır. Çalışmalarda, kalite boyutları, orijinal modelin belirlediği boyutlardan farklılık göstermektedir. “Fiyat”, “işletmenin perakendecilik anlayışı” ve “politikaları” orijinal modelde yer almazken, perakendecilik hizmetlerinde kalitenin belirlenmesinde önemli olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da müşterilerin hizmetlerle ilgili algılamaları faktör analizine tabi tutularak kalite boyutları belirlenecektir.

Tablo-3: Perakende Hizmetleri ile İlgili Bazı Çalışmalarda Hizmet Kalite Boyutları

Çalışmayı Yapan	Kullanılan soru adedi	Kalite boyutları
Guiry, Hutchinson ve Weitz (1992)	51 soru	Kişisel hizmet ve çalışanların etkileşimi Ürün çeşidi Yapılan işlemlere güven Çalışanların iş önceliğine göre hareket etmesi Fiziki unsurlar Perakendecilik politikalarına güven Fiyat
Dabholkar, Thorpe ve Rentz (1996)	28 soru	Fiziki Görünüm Güvenirlilik Çalışanların nezaketi Problem çözme Perakendecilik anlayışı
Vazquez, Rodriguez ve Ruiz (1995)	24 soru	Alışveriş için uygun zemin Çalışanların işletme politikalarından haberdar olması Tasnif kalitesi ve çalışanların nezaketi Fiyat politikası İşletmenin tanınması ve imajı
Varinli, Güllülü ve Babayiğit (2001)	30 soru	Personel davranışı ve fiziki varlıklar Müşteri hizmetleri Yerleşim düzeni Politikalar ve kredilendirme Ürün etiketlendirmede doğruluk Ürün problemleri ve fiyatlandırma Çalışanların görünümü
Gagliano ve Hatcote (1994)	22 soru	Kişisel ilgi Güvenilir hizmet Somut öğeler Müşteriye sunulan kolaylıklar
Vazquez ve arkadaşları (2001)	28 soru	Fiziki görünüm Güvenirlilik Kişisel etkileşim Politikalar

Kaynak: Vazquez ve arkadaşları (2001)'den faydalanılarak hazırlanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı; Süpermarket müşterilerinin perakende hizmetleri ile ilgili beklenti ve algılarını tespit etmek; müşterilerin hizmetlerle ilgili beklentileri ile algılarının farkından faydalanarak, süpermarketin hizmet kalitesini ölçmektir. Ayrıca, hizmet kalitesi boyutlarını belirlemek ve kalite

boyutlarının, müşteriler tarafından algılanmasının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin saptanmasıdır.

Uluslararası literatürde, hizmet sektörünün tüm alanlarında kalite ölçümlerinde Servqual modelinin kullanıldığı görülmektedir. Ancak, Türkçe literatürde Servqual modeli kullanılarak perakendecilik hizmetleriyle ilgili yok denecek kadar az çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada ise perakendecilik hizmet kalite boyutlarının müşterilerin demografik özelliklerine bağlı olarak farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Yapılan araştırmanın Türkiye'deki perakendecilik sektörüne ve konu ile ilgili yapılacak akademik çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma, 15 Ocak-15 Şubat 2004 tarihlerinde Düzce ilinde bulunan bir süpermarkette, değişik gün ve zamanlarda rasgele seçilen müşterilerle yüz yüze anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ana kütlesi (market yetkililerinden alınan bilgilere göre), bir aylık ortalama 200.000 müşteri olarak belirlenmiştir. Verilerin toplanmasında ana kütlemin tamamını incelemenin, zaman ve maliyet yönünden olumsuzluklar doğurabileceği düşünüldüğü için, örnekleme yoluna gidilmiştir. Hedef kitle belli olduğundan, $n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1) + t^2pq}$ formülü (Baş, 2001: 45) yardımı ile örnek büyüklüğü 300 olarak belirlenmiştir. Örnek büyüklüğünün hesaplanmasında $p=0,8$, $q=0,2$ olarak alınmıştır. Araştırmadan anlamlı sonuç elde etmek için %5 önem düzeyi ve %5 hata payı esas alınmıştır.

Anketi hazırlarken, daha önce yapılmış çalışmalardan faydalanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde seçmenin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla düzenlenmiş sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise, müşterilerin beklenti ve algılarını belirlemeyi amaçlayan ifadeler yer almaktadır. Müşterilerin beklenti ve algılarını saptamak için, 1- Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Fikrim yok, 4- Katılıyorum ve 5- Kesinlikle katılıyorum seçeneklerinden oluşan Likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Anketin uygulanmasında, işletme bölümü öğrencilerinden faydalanılmıştır. Öğrencilere anketin uygulanması ile ilgili önce bir eğitim verilmiştir. Market yönetimi ile yapılan görüşmeler sonucunda, müşteriler alışverişlerini tamamladıktan sonra, market yönetimi tarafından anket uygulaması için öğrencilere ayrılan yerde müşterilerle görüşmeler sağlanmıştır. Anket sonucu elde edilen veriler SPSS 10.0 paket programına yüklenerek gerekli analizler yapılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşabilmek için Frekans, Yüzde, Aritmetik ortalama, Faktör Analizi ve MANOVA analizlerinden faydalanılmıştır.

5. ARAŞTIRMA İLE İLGİLİ BULGULAR

Deneklerin demografik özelliklerine göre dağılımlarının yer aldığı Tablo 1 incelendiğinde ankete katılanların % 56'sı erkek, %44'ü bayandır. Deneklerin yaş durumuna göre dağılımı, %5,3'ü 18'den az, %29'u 18-24, %28,7'si 25-39, %21,7'si 40-55 ve %15,3'ü 55'den yukarı yaş grubundadır. Deneklerin %22,7'si ilköğretim, %38'i lise ve %39,3'ü yüksek öğretim şeklindedir. Cevaplayıcıların %55,7'si evli, %36,7'si bekar ve %7,7'si duldur.

Tablo-4: Çalışmaya Katılanların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

ÖZELLİKLER		n	%
Cinsiyet	Erkek	168	56,0
	Bayan	132	44,0
		300	100,0
Yaş	18'den az	16	5,3
	18-24	87	29,0
	25-39	86	28,7
	40-55	65	21,7
	55'ten yukarı	46	15,3
		300	100,0
Gelir Düzeyi	500 milyondan az	138	46,0
	500 milyon -1 milyar	73	24,3
	1,001 milyar – 1,5 milyar	37	12,3
	1,501 milyar – 2 milyar	22	7,3
	2,001 milyar ve üstü	30	10,0
		300	100,0
Eğitim	İlköğretim	68	22,7
	Lise	114	38,0
	Üniversite	118	39,3
		300	100,0
Medeni Durum	Evli	167	55,7
	Bekar	110	36,7
	Dul	23	7,7
		300	100,0

Cevaplayıcıların gelir düzeyi; %46'sı 500 milyondan az, %24,3'ü 500 milyon –1 milyar arası, %12,3'ü 1.001-1.5 milyar arası, %7,3'ü 1.501-2 milyar ve %10'u ise 2 milyardan fazla gelire sahiplerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılanların demografik özelliklerinin ayrıntıları Tablo 4'de görülmektedir.

Tablo-5: Müşterilerin Markette Sunulan Hizmetlerle İlgili Değerlendirmeleri

	Algı	Beklenti	A-B
20- WC ve Lavaboların temiz olması	3,35	3,8567	-0,5067
19- Markette müşterilere yönelik WC ve Lavaboların olması	3,3767	3,94	-0,5633
12- Market içerisinde kafe, restoran vb. yerlerin bulunması	3,4	3,99	-0,59
17- Markette bol ürün çeşidi bulunabilmesi	3,3167	3,94	-0,6233
16- Marketin müşterilerine kendi kredi kartını kullanılabildiği	3,1267	3,76	-0,6333
9- Alışveriş yapan müşterileri evlerine ulaştıracak servis araçlarının olması	3,2133	3,8967	-0,6834
11- Market içerisinde ısı, ışık ve ses düzeninin yeterli olması	3,3133	4,01	-0,6967
18- Markette güvenlik sisteminin yeterli olması	3,18	3,8767	-0,6967
14- Marketin çalışma saatlerinin tüketiciler için uygun olması	3,24	3,9533	-0,7133
21- Market içerisinde kafe, restoran vb. yerlerin temiz olması	3,3033	4,03	-0,7267
7- Banka kredi kartları ile alışveriş yapılabilmesi	3,1767	3,9667	-0,79
15- Marketin kolay ulaşılabilir bir yerde olması	3,1767	3,9667	-0,79
6- Hizmet sunumunda kullanılan (alışveriş sepeti, taşıma poşeti vb.) araç-gereçlerin modern olması	3,2033	3,9967	-0,7934
4- Market bölümleri veya katlar arasında ulaşımın kolay olması	3,2033	4,0233	-0,82
13- Market içerisinde aranılan ürünlerin kolaylıkla bulunması	3,2433	4,0733	-0,83
27- Şarküteri çalışanlarının işlerinde temiz olmaları	3,1933	4,03	-0,8367
22- Müşterilere yeterli otopark imkanının sağlanması	3,0967	3,9433	-0,8466
32- Markette taksitli ödeme imkanının olması	3,26	4,1067	-0,8467
30- Ürünlerin fiyat etiketlerinin güncel olması	3,0833	4,01	-0,9267
26- Şarküteri çalışanlarının işlerinde pratik ve hızlı olmaları	3,0133	3,9533	-0,94
33- Yazar kasa fişlerinin müşterilerin alışveriş tutarını doğru yansıtması	3,18	4,14	-0,96
25- Personel adedinin yeterli olması	2,9767	3,9733	-0,9966
10- Alışveriş sonrası paketleme ve taşıma için müşteriye yardım edecek görevli personelin bulunması	2,8867	3,89	-1,0033
29- Ürünlerin fiyat etiketleri ile yazar kasa fişlerinin bir birini tutması	3,0667	4,07	-1,0033
3- Market çalışanlarının müşterilere karşı kibar olması	3,0767	4,0933	-1,0166
28- Ürün fiyatlarının ucuz olması	2,9667	3,9967	-1,03
31- Ürünlerin kullanım tarihlerinin düzenli olarak kontrol edilmesi	3,1133	4,1533	-1,04
5- Kasiyerlerin işlerinde pratik ve hızlı olmaları	3,0467	4,0967	-1,05
1- Market çalışanlarının temiz giyimli ve düzgün görümlü olması	3,0667	4,1267	-1,06
23- Müşterilerin markette alışveriş ile ilgili sorularını/ problemlerini yöneltebilecekleri bir ilgili bulabilmeleri	3	4,07	-1,07
24- Müşterilerin satın aldıkları sorunlu ürünleri problemsiz bir şekilde iade edebilmeleri ya da değiştirebilmeleri	2,97	4,06	-1,09
8- Az miktarda alışveriş için ayrı (ekspres) hızlı yazar kasa olması	2,8533	3,9467	-1,0934
2- Market çalışanlarının müşterilere karşı güler yüzlü olması	3,0167	4,1433	-1,1266
34- Yazar kasa sayısının yeterli olması	2,79	4,2133	-1,4233

Çalışmada, müşterilerin marketin sunmuş olduğu hizmetlerle ilgili beklenti ve algıları saptanarak, SERVQUAL kalite modeli doğrultusunda kaliteleri ölçülmüştür. Tablo 5’de müşteri beklentileri ve algılamalarının farkı neticesinde en kaliteli hizmetler; WC ve Lavaboların temiz olması; “Markette

müşterilere yönelik WC ve Lavaboların olması”; “Market içerisinde kafe, restoran vb. yerlerin bulunması”; “Markette bol ürün çeşidi bulunabilmesi” ve “Marketin müşterilerine kendi kredi kartını kullanılabildiği” şeklinde sıralanmaktadır.

En kalitesiz hizmetler ise; “Müşterilerin markette alışveriş ile ilgili sorularını/problemlerini yöneltebilecekleri bir ilgili bulabilmeleri”; “Müşterilerin satın aldıkları sorunlu ürünleri problemsiz bir şekilde iade edebilmeleri ya da değiştirebilmeleri”; “Az miktarda alışveriş için ayrı (ekspres) hızlı yazar kasa olması”; “Market çalışanlarının müşterilere karşı güler yüzlü olması” ve “Yazar kasa sayısının yeterli olması” şeklinde sıralanmıştır.

Müşteriler, Süper marketin WC, Lavabo, restoran, kafe ve ürün çeşidinin zengin olması konularında beklentilerine yakın hizmet bulduklarını ifade etmektedirler. Ancak, yazarkasa adedinin yeterliliği, alınan ürünün iadesi ve personelin müşteriye davranışı ile ilgili konularda, müşteriler beklentilerinin çok altında bir hizmet bulduklarını ifade etmişlerdir. Diğer hizmetlerle ilgili müşteri beklenti ve algıları aşağıda Tablo 5’de görülmektedir.

Tablo 6’da hizmet kalite boyutlarını belirlemek için müşterilerin algılamalarına faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonucunda, müşterilerin algılamalarına göre hizmet kalitesinin beş faktörden oluştuğu görülmektedir. Bu beş faktör hizmet kalitesinin beş boyutunu ifade etmektedir.

Faktör analizinin ana hedefi, çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Yapılan analiz sonucunda her faktöre bir isim verilir. Faktörü oluşturan değişkenler faktörün isimlendirilmesinde etkili olur. Ancak, bazen bir birine uymayan değişkenler bir faktörde toplanabilir. Bu durumda, faktör yükü en fazla olan değişken esas alınarak isimlendirme yapılır (Nakip, 2003: 415-416). Tablo 6’da faktörler, faktör yükleri ve faktörleri oluşturan değişkenler görülmektedir.

Tablo-6: Müşterilerin Hizmeti Algılamaları ile İlgili Faktör Analizi Sonuçları

	F. Yükleri	Güvenilirlik Alp. Değ.
Faktör 1: Personelin Müşterilerle Olan Diyalogu		
Market çalışanlarının müşterilere karşı kibar olması	0,808	0,9453
Market çalışanlarının müşterilere karşı güler yüzlü olması	0,800	
Kasiyerlerin işlerinde pratik ve hızlı olmaları	0,771	
Market bölümleri veya katlar arasında ulaşımın kolay olması	0,763	
Market çalışanlarının temiz giyimli ve düzgün görünümlü olması	0,748	
Hizmet sunumunda kullanılan (alışveriş sepeti, taşıma poşeti vb.) araç-gereçlerin modern olması	0,708	
Banka kredi kartları ile alışveriş yapılabilmesi	0,688	
Az miktarda alışveriş için ayrı (ekspres) hızlı yazar kasa olması	0,686	
Alışveriş yapan müşterileri evlerine ulaştıracak servis araçlarının olması	0,576	
Faktör 2: Perakendecilik Politikaları		
Ürünlerin fiyat etiketleri ile yazar kasa fişlerinin bir birini tutması	0,816	0,9367
Ürünlerin kullanım tarihlerinin düzenli olarak kontrol edilmesi	0,809	
Ürünlerin fiyat etiketlerinin güncel olması	0,808	
Markette taksitli ödeme imkanının olması	0,775	
Yazar kasa fişlerinin müşterilerin alışveriş tutarını doğru yansıtması	0,756	
Şarküteri çalışanlarının işlerinde temiz olmaları	0,669	
Ürün fiyatlarının ucuz olması	0,650	
Yazar kasa sayısının yeterli olması	0,620	
Şarküteri çalışanlarının işlerinde pratik ve hızlı olmaları	0,564	
Faktör 3: Müşteriye Yönelik Kolaylıklar		
Marketin çalışma saatlerinin tüketiciler için uygun olması	0,775	0,9167
Market içerisinde aranılan ürünlerin kolaylıkla bulunması	0,773	
Market içerisinde kafe, restoran vb. yerlerin bulunması	0,727	
Marketin kolay ulaşılabilir bir yerde olması	0,691	
Market içerisinde ısı, ışık ve ses düzeninin yeterli olması	0,671	
Marketin müşterilerine kendi kredi kartını kullanabilmesi	0,608	
Alışveriş sonrası paketleme ve taşıma için müşteriye yardım edecek görevli personelin bulunması	0,540	
Faktör 4: Fiziki Unsurlar		
Markette müşterilere yönelik WC ve Lavaboların olması	0,756	0,9246
WC ve Lavaboların temiz olması	0,748	
Market içerisinde kafe, restoran vb. yerlerin temiz olması	0,729	
Müşterilere yeterli otopark imkanının sağlanması	0,654	
Markette güvenlik sisteminin yeterli olması	0,652	
Markette bol ürün çeşidi bulunabilmesi	0,604	
Faktör 5 Sorun Giderme		
Müşterilerin satın aldıkları sorunlu ürünleri problemsiz bir şekilde iade edebilmeleri ya da değiştirebilmeleri	0,656	0,8405
Müşterilerin markette alışveriş ile ilgili sorularını/problemlerini yönltebilecekleri bir ilgili bulabilmeleri	0,655	
Personel adedinin yeterli olması	0,613	

KMO: 0945, P: 0,000

Araştırmanın faktör analizi sonucunda elde edilen varyans yüzdesi toplamı 72,137 olarak çıkmıştır. Bu oranın %50'den yüksek olması, analizin geçerli olduğunu göstermektedir. Faktörlere ait varyansların toplamının yüzde 50 değerinden yüksek çıkması arzu edilen bir durumdur (Dursun ve Nakip 1997: 69).

Faktör analizinin ana hedefi, çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Faktörlerin adlandırılmasında iki yol izlenmektedir. Birinci yol, faktörü oluşturan değişkenlerin yapısına bakarak adlandırmaktır (Nakip, 2003: 417-418). İkinci yol ise, faktör yükü en fazla olan değişkeni esas alarak adlandırmaktır. Bu çalışmada her iki yola uygun şekilde adlandırma yapılmıştır.

Perakendecilik hizmetlerinde kalite konusu ile ilgili yapılan çalışmalarda hizmet kalite boyutlarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu çalışmada hizmet kalitesinin boyutları 5 olarak belirlenirken, daha önce yapılan çalışmalarda 4, 5, ve 7 gibi farklı sayılarda hizmet kalite boyutları belirlenmiştir.

Tablo 6'da yapılan faktör analizi sonucunda hizmet kalitesi boyutları; "Personelin Müşterilerle Olan Diyalogu", "Perakendecilik Politikaları", "Müşteriye Yönelik Kolaylıklar", "Fiziki Unsurlar" ve "Sorun Giderme" şeklindedir. Belirlenen boyutların, Tablo 3'te özetlenen daha önce yapılan çalışmalarda da tespit edildiği görülmektedir. Bu çalışmada belirlenen "Personelin müşterilerle olan diyalogu" boyutu; Dabhalkar vd. (1996)'da "çalışanların nezaketi" ve Varinli vd. (2001)'de "personel davranışı ve fiziki varlıklar" şeklinde ifade edilmiştir. Diğer kalite boyutları da karşılaştırıldığında "perakendecilik politikaları" Guiry vd. (1992)'de "perakendecilik politikalarına güven", Dabhalkar vd. (1996)'da "perakendecilik anlayışı", Varinli vd. (2001)'de "politikalar ve kredilendirme" ve Varquez vd. (2001)'de "politikalar" olarak yer almaktadır. "Müşteriye yönelik kolaylıklar" boyutu, Galianao ve Hatcote (1994)'de "müşteriye sunulan kolaylıklar" şeklinde yer alırken, "sorun giderme" boyutunun Dabhalkar vd. (1996)'da "problem çözme" şeklinde yer aldığı görülmektedir.

Çalışmanın diğer amacı, tüketicilerin demografik özellikleri ile süpermarkette sunulan hizmetlerin kalitesini algılama arasında farklılık olup olmadığını saptamaktır. Beş faktör itibarıyla Çok Değişkenli Varyans Analizi (MANOVA) yapılmıştır. Ayrıca, Hotelling's analizi yapılmıştır, Hotelling's analizi bir bütün olarak modelin geçerli olup olmadığını belirlemek için yapılmaktadır (Nakip, 2003: 368). Yapılan analiz sonuçlarına göre; tüketicilerin cinsiyetleri, yaşı, eğitim düzeyleri ve mesleki durumları ile algılamaları arasında anlamlı bir fark görülmezken, medeni durum ve gelir düzeyi ile algılamaları arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. Yapılan MANOVA analizi sonucu anlamlı çıkan analizlerin sayısal değerleri Tablo 7 ve Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo-7: Müşterilerin Gelir Düzeyi İle Hizmetleri Algılamalarına İlişkin MANOVA Analizi Sonuçları

Faktörler	Gelir Düzeyleri ve Algılama Ortalamaları					F	Sig.
	500 milyondan az	500 milyondan-1 milyara kadar	1.001 milyar- 1,5 milyar	1,501 milyar – 2 milyar	2 milyardan çok		
Personelin Müşterilerle Olan Diyalogu	3,1031	3,0685	3,0871	3,2374	3,0296	0,118	0,976
Perakendecilik Politikaları	3,0829	3,3699	3,0991	2,6869	2,5667	3,705	0,006
Müşteriye Yönelik Kolaylıklar	3,1749	3,1526	3,3436	3,0844	3,3190	0,353	0,842
Fiziki Unsurlar	3,2597	3,3607	3,4459	3,1742	2,9556	0,955	0,433
Sorun Giderme	2,9444	3,1233	3,3063	2,7879	2,5556	2,433	0,048
Hotelling's T Testi						1,993	0,006

Analiz sonucu, Faktör 2 ve Faktör 5'in anlamlılık düzeyinin 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Bu sonuç, müşterilerin gelir düzeyine bağlı olarak, süpermarkette sunulan hizmetleri farklı algıladıklarını göstermektedir.

Tablo 7'de düşük gelir sahipleri, “perakendecilik politikalarını” ve “sorun giderme” faktörlerini yüksek gelirliye göre daha olumlu buldukları görülmektedir. “Perakendeci Politikaları” ile ilgili en olumlu görüş beyan eden, 3,3699 ortalama ile 500 milyondan – 1 milyara kadar olan gelir grubuna aittir. En olumsuz görüş beyan eden ise, 2,5667 ortalama ile 2 milyardan fazla gelire sahip olan gelir grubudur. “Sorun Giderme” ile ilgili en olumlu fikir 3,3063 ortalama ile 1,501 milyardan 2 milyara kadar olan gelir grubundan gelirken, en olumsuz fikir 2,5556 ortalama ile 2 milyardan fazla gelire grubuna aittir.

Market yetkililerinin yüksek gelir sahiplerinin marketin sunmuş olduğu hizmetlerden memnun olmadığını dikkate almaları gerekmektedir. Yüksek gelir sahiplerinin beklentilerinin karşılanması durumunda, hem yüksek gelirli marketin sunmuş olduğu hizmetten memnun olacak hem de diğer müşterilerin tatminleri artacaktır.

Tablo-8: Müşterilerin Medeni Durumu İle Hizmetleri Algılamalarına İlişkin MANOVA Analizi Sonuçları

Faktörler	Medeni Durum ve Algılama Ortalamaları			F	Sig
	Evli	Bekar	Dul		
Personelin Müşterilerle Olan Diyalogu	2,9421	3,4172	2,6667	7,646	0,001
Perakendecilik Politikaları	2,9528	3,2758	2,9903	2,946	0,054
Müşteriye Yönelik Kolaylıklar	3,0984	3,4143	2,8882	3,776	0,024
Fiziki Unsurlar	3,1487	3,4818	3,1449	3,047	0,049
Sorun Giderme	2,9581	3,0576	2,7971	0,608	0,545
Hotelling's T Testi				2,222	0,015

Analiz sonucu, Faktör 1, Faktör 3 ve Faktör 4 'ün anlamlılık düzeyi 0,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Bu sonuç, medeni durum ile marketin sunmuş olduğu hizmetleri algılama arasında anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir.

Medeni duruma göre farklı algılanan “personelin müşterilerle olan diyalogu”, “müşteriye yönelik kolaylıklar” ve “fiziki unsurlar” faktörlerini, en olumlu algılayanlar bekarlarken, en olumsuz algılayanlar dul müşteriler olmuştur. Tablo 8'e bakıldığında analiz sonucu, İstatistiki olarak anlamlı çıkmayan diğer faktörlerde de durum aynı paraleldedir. Ancak, “perakendecilik politikaları” faktöründe en olumsuz değerlendirme evli müşterilerden gelmiştir. Analiz sonuçları ve algılama ortalamalarına bakarak, markette sunulan hizmetleri en olumlu olarak bekarların ve en olumsuz olarak da dul müşterilerin değerlendirdiği söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma sonucunda, müşterilerin demografik özellikleri, müşterilerin beklentileri, algılamaları ve hangi müşterilerin hangi hizmetleri nasıl algıladıkları saptanmıştır. Elde edilen bu bulgular, araştırmanın yapıldığı market, sektörde faaliyet gösteren işletmeler ve sektöre girmeyi planlayan işletmeler için fikir verme adına önemli olacaktır.

Hizmet kalitesi, müşterinin beklentilerinin karşılanmasıdır. Bir işletme müşterilerinin beklentilerini karşıladığı sürece kaliteli hizmet sunmuş demektir. Beklenti ve algı farkını esas alan SERVQUAL kalite modeli, perakende hizmet kalitesini ölçülmesinde en çok kullanılan modellerden biridir. Çalışmada,

SRVQUAL kalite modeli gereğince müşterilerin beklenti ve algılarının farkı alınmış ve sunulan hizmetler en kaliteliden en kalitesize göre sıralanmıştır. Bu sıralamada en kaliteli beş hizmet;

- WC ve Lavaboların temiz olması,
- Markette müşterilere yönelik WC ve Lavaboların olması,
- Market içerisinde kafe, restoran vb. yerlerin bulunması,
- Markette bol ürün çeşidi bulunabilmesi ve
- Marketin müşterilerine kendi kredi kartını kullanılabildiği,

şeklinde sıralanmaktadır.

En kalitesiz beş hizmet ise,

- Müşterilerin markette alışveriş ile ilgili sorularını/problemlerini yöneltebilecekleri bir ilgili bulabilmeleri,
- Müşterilerin satın aldıkları sorunlu ürünleri problemsiz bir şekilde iade edebilmeleri ya da değiştirebilmeleri,
- Az miktarda alışveriş için ayrı (ekspres) hızlı yazar kasa olması,
- Market çalışanlarının müşterilere karşı güler yüzlü olması ve
- Yazar kasa sayısının yeterli olması,

şeklinde sıralanmıştır.

Müşteriler, marketin kendilerine sunmuş olduğu fiziki imkanlardan dolayı marketten memnun olduklarını ifade ederken, personel müşteri ilişkisi ve yazar kasaların azlığı noktasında memnuniyetsizliklerini ifade etmişlerdir. Market yetkilileri, müşterilerin fikirlerini dikkate alarak, modern pazarlama anlayışına uygun bir yönetim ile müşterilerin memnuniyet düzeylerini artırılabilirler. Müşterilerin memnuniyetinin artması, rekabet adına işletmenin güçlenmesi demektir.

Çalışmada hizmet kalite boyutlarını tespit etmek için müşteri algılamalarına faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucu hizmet kalitesinin beş boyutu tespit edilmiştir. Kalite boyutları;

- Personelin Müşterilerle Olan Diyalogu,
- Perakendecilik Politikaları,
- Müşteriye Yönelik Kolaylıklar,
- Fiziki Unsurlar ve
- Sorun giderme

şeklindedir.

Müşterilerin demografik özelliklerine bağlı olarak hizmet kalitesini algılamalarında fark olup olmadığını belirlemek için MANOVA analizi uygulanmıştır. Analiz sonucu müşterilerin cinsiyeti, eğitim durumu ve yaşları ile hizmetleri algılamaları arasında anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Ancak, müşterilerin gelir düzeyleri ve medeni durumlarına bağlı olarak farklı algılamalar saptanmıştır.

Gelir düzeyine bağlı olarak, “perakendecilik politikalarını” ve “sorun giderme” faktörlerini düşük gelir sahipleri, yüksek gelirlilere göre daha olumlu algılamışlardır. Bu durum, yüksek gelir sahiplerinin marketin “perakendecilik politikalarını” yeterli bulmadığını göstermektedir.

Medeni duruma göre farklı algılanan faktörler ise, “personelin müşterilerle olan diyalogu”, “müşteriye yönelik kolaylıklar” ve “fiziki unsurlar”dır. Bu faktörleri, en olumlu algılayanlar bekarlar, en olumsuz algılayanlar dul müşteriler olmuştur. Bekar müşteriler, markette sunulan hizmetleri genel olarak olumlu algılamışlardır. İkinci derecede olumlu algılayanlar evliler olurken, en olumsuz ise dul müşteriler tarafından algılanmıştır. Bu farklılık, medeni durumun müşterilerin ekonomik durumlarını ve psikolojilerini etkilemesinden kaynaklanıyor olabilir. Ancak, medeni durumun müşterilerin algılamasını etkilemesi ayrı bir araştırma konusu olabilir.

Market yetkilileri, müşterilerin beklentileri doğrultusunda hizmetlerini gerçekleştirirlerse, hizmet kalitesini artıracaklardır. Ayrıca, marketin müşteri profilini ve demografik özelliklerden kaynaklanan farklı algılamaları da dikkate almaları durumunda müşteri tatmini artacaktır.

KAYNAKÇA

- Abu, N. K. (2004) “Service Quality Dimensions: A Study on Various Sizes of Grocery Retailers–A Conceptual Paper”, **Khalidah Abu/Proceeding of IBBC 2004** 633, 633-642.
- Ac Nielsen Zet Araştırma Raporu, (2002) **Türkiye Tüketim ve Alışveriş Göstergeleri Raporu**.
- Akbaba, A. ve İ. Kılınç (2001) Hizmet kalitesi ve Turizm İşletmelerinde Servqual Uygulamaları, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, 12, 162-165.
- Arıkbay, C. (1996) **Türkiye’de Perakendeciliğin Gelişimi**, Ankara: MPM Yayınları.
- Baş, T. (2001) **Anket**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Bejou, D. ve diğeri (1996) "A Critical Incident Approach to Examining the Effects of Service Failures on Customer Relationships: The Case of Swedish and U.S. Airlines", **Journal of Travel Research**, 35(1), 35-40.
- Bulgan, U. (2002) **Kütüphanecilik Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Bir Üniversite Kütüphanesi Uygulaması**, Beykent Üniversitesi SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Chell, E. and P. Luke (1998) "A Study of Entrepreneurship in the Restaurant and Cafe Industry: Exploratory Work Using the Critical Incident Technique as A Methodology", **International Journal of Hospitality Management**, 17(1), 23-32.
- Cook, C. and B. Thompson (2000) "Reliability and Validity of SERVQUAL Scores Used to Evaluate Perceptions of Library Service Quality", **The Journal of Academic Librarianship**, 26(4), 248-258.
- Cowell D.W. (1993) **The Marketing of Services**, Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Cronin, J. J. and S. A. Taylor (1994) "Servperf Versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions Minus-Expectations Measurement of Service Quality", **Journal of Marketing**, 58, 125-131.
- Cronin, J. J. and S. A. Taylor (1992) "Measuring Service Quality: a Reexamination and Extension", **Journal of Marketing**, 56, 55-68.
- Çatı, K. ve S. Yıldız (2005) "Şehirlerarası Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Uygulama", **Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 23(2), 121-144.
- Devebakan, N. ve M. Aksaraylı (2003) "Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçümünde SERVQUAL Skorlarının Kullanımı ve Özel Altınordu Hastanesi Uygulaması" **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 5(1), 38-54.
- Dursun, Y. ve M. Nakip (1997) **1994 Ekonomik Krizin İşletmelerin Pazarlama Faaliyetleri ve Tüketicileri Üzerindeki Etkileri**, Kayseri: Üniversite Sanayi İşbirliği Vakfı.
- Galiano, K.B. and J. Hathcote (1994) "Customer Expectations and Perceptions of Service Quality in Retail Apparel Specialty Stores", **Journal of Service Marketing**, 8(1), 60-69.
- Grönroos, C. (Haziran 2004) "Service Management and Marketing", <http://www.bechheim-online.de/down/groenroos.pdf>

- Gümüšoğlu, Ş., S. Erdem, G. Kavrukkoca ve A. Özdağolu (2007) “Belediyelerde Beklenen Algılanan Hizmet Kalitesinin “SERVQUAL” Modeli İle Ölçülmesi ve Muğla İlinde Bir Uygulama”
www.deu.edu.tr/userweb/sabri.erdem/dosyalar/ sabri_erdem_iku.pdf(08.05.2007)
- Harcar, T. (1990) “Dükkanlı Perakendecilik (Nonstore Reailing)”, **Pazarlama Dünyası**, 4(23), 25-30.
- İrik, Ö. (2005) **Hizmet Kalitesinin Müşteri Bağlılığı Üzerine Etkileri ve Tansaş Süpermarket İşletmelerinde Bir Uygulama**, Dumlupınar Üniversitesi SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Kanıbir, H., G. Aydın, S. Nart, (2003) “Teknolojik Yeniliklere Dayalı Bankacılık Hizmetlerini Kullanım Özelliklerine Göre Müşteri Profillerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Pilot Çalışma”, **8. Ulusal Pazarlama Kongresi Konjonktürel Pazarlama**, Kayseri, 345-364.
- Kocapınar, E. B. (2002) Service Quality Measurement in Higher Education, an Application, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Müftüoğlu, T. (2000) **Rekabet Kurulu Kararı**, Dosya Sayısı: D1/Ş.Y.-98/3 (Önaraştırma), Karar sayısı: 00-24/251-136.
- Nakip, M. (2003) **Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar**, Ankara: Seçkin.
- Öztürk, A. S. (2000) “Hizmet Kalitesi Ölçümünde Yeni Bir Yaklaşım: Kritik Olaylar Tekniği”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 11, Güz, 57-68.
- Parasuraman, A., A. V. Zeithaml and L. Berry (1985) "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," **Journal of Marketing**, 49 (Fall), 41,50.
- Parasuraman, A., A. Zeithaml, A. Valarie, and L. L. Berry, (1988), “Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, **Journal of Retailing**, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., L. L. Berry and V. A. Zeithaml (1991) “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale” **Journal of Retailing**, 67(4), 420-450.
- Sarıkaya, N. (2004) “Servis Sistemlerinde Kalitenin Ölçülmesi Ve Değerlendirilmesinde Dea Modeli: Bir Bankacılık Uygulaması”, **Yöneylem Araştırması/Endüstri Mühendisliği - XXIV Ulusal Kongresi**, 15-18 Haziran 2004, Gaziantep–Adana.
- Tek, Ö. B. (1996) **Perakende Pazarlama Yönetimi**, İzmir: Üçel.

- Uyguç, N. (1998) **Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi Stratejik Bir Yaklaşım**, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Ünlü, Ö. P. (2003) **Yatırım Dünyası**, 22-28.
- Varinli, İ., K. Güllülü ve S. Babayiğit (2001) “Perakendecilikte Hizmet Kalitesi ve Tüketicilerin Kalite Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma”, **Pazarlama Dünyası**, 15(4), 32-38.
- Vazquez, R. ve arkadaşları (2001) “Service Quality in Supermarket Retailing: Identifying Critical Service Experiences”, **Journal of Retailing and Consumer Services**, 8, 1-14.
- Wang, Yi-S., T. Tang (2003) “Assessing Customer Perceptions of Website Service Quality in Digital Marketing Environment” **Journal of End User Computing**; July-September, 14-31.
- Yılmaz, M. ve R. Altunışık (2003) “Perakende Sektöründe Kuruluş Yeri Seçiminde Coğrafi Bilgi Sisteminin Kullanılması” **8. Ulusal Pazarlama Kongresi Konjektürel Pazarlama**, Kayseri, 97-103.

STRATEGIC MANAGEMENT MODELLING FOR EVALUATION OF MANAGEMENT AWARENESS

Abdallah M. ELAMIN*
Ahmet HASKÖSE**

Abstract

As the environment becomes increasingly dynamic, strategic management becomes more and more important, especially for service organizations in developing contexts. This paper attempts to evaluate the applicability of systems-based strategic management model in a major telecommunication organization (Sudatel) in Sudan. The paper concludes that using a system approach will enable the organization to think strategically and systematically about the overall changes it might need and desire, without compromising those day-to-day operational activities.

Keywords: Strategic management, systems thinking, modelling, quality service.

Öz

İşletmelerde Yönetimsel Farkındalığın Değerlendirilmesine Yönelik Stratejik Yönetim Modeli

İşletme çevresinin oldukça dinamik bir yapıya sahip olmasına bağlı olarak stratejik yönetim olgusunun, özellikle hizmet işletmelerinde gittikçe artan bir şekilde önemli konuma geldiğini söylemek mümkündür. Bu çalışma, Sudan'ın ana telekomünikasyon şirketinde (Sudatel), sistem kaynaklı stratejik yönetim modelinin uygulanabilirliğini değerlendirmeye yöneliktir. Çalışma sonucunda, sistem yaklaşımını kullanan bir organizasyonun, günlük faaliyetlerinden ödün vermeden, gereksinim duyduğu ve arzu ettiği tüm değişiklikler hakkında stratejik ve sistematik olarak düşünme yeteneği kazanabileceği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Stratejik yönetim, sistem yaklaşımı, modelleme, hizmet kalitesi.

*Asst. Prof. of Management and Strategy, Ajman University of Science and Technology, PO Box 346, Ajman, United Arab Emirates, elamin.a@ajman.ac.ae

**Dr., Kırıkkale University, Department of Business Administration, 71450, KIRIKKALE, TURKEY, haskose@kku.edu.tr

INTRODUCTION

The one that becomes more and more important for service organizations is to become total quality organizations and to reap the benefits thereof. This is vital for the further improvement of service organizations. The application of tools and techniques for service delivery improvements by the Sudan Telecom Company (Sudatel) would be a response to public demands for better service quality. This will lead to an improvement of service sector's ability to effectively solve problems and provides a model for altering managerial practices within this vital sector in developing contexts.

In order to have total quality service sector, organizations need to integrate management development, leadership, customer awareness, quality improvement & control, and organizational development in their strategic approach. They need to embrace and constantly seek amendment and improvement rather than reactively responding and managing it when it occurs. It requires that the top management of service sector organizations is absolutely clear in the way they express and put out their strategic expectations. It is also important that they have systems or models to ensure that activities are carried out to specific standards, and are right the first time when they are carried out. The systems or models must be aimed at error prevention rather than error detection. Thus outputs, rather than inputs or activities, are measured.

In this framework, the application of a sound strategic management modelling within the service sector now become more important than ever for Sudanese organizations within this particular sector.

This paper attempts to evaluate the applicability of systems thinking approach in a major telecommunication organization (Sudatel) in Sudan, and it aims to develop a strategic management model for evaluation of management awareness. The study firstly provides background regarding the Sudatel and exploration of management approaches. In order to obtain the data, SWOT analysis is carried out, and then organization limitations and possible solutions are explored during strategic planning workshop in the organization. Next, the model using a systems thinking approach is conceptualized and developed.

1. BACKGROUND

The history of telecommunication in Sudan dates back to 1859 when the city of Sawakin that lies by the Red Sea was connected by a sea-cable that made telegraph communication possible during British rule in Sudan (1898-1956). Telecommunication continued to develop and a separate government

department known as the Post and Telegraph Department took over the telecommunication business in Sudan in 1971. The department was modernized by the introduction of microwave and satellite systems during 1971-1978. In 1978 the department was developed into a separate entity called the Sudan Telecommunication Public Corporation (STPC). The former (STPC) tended towards being a hyper-bureaucracy, with a rigid hierarchical structure, operating as a closed social system where change was not the order of the day. Decision-making was highly centralized and top-down resulting in communication time-delays. As a consequence, grass roots members often did not know what decisions were made and consequently what to do or not to do. Swift decision making, in order to adapt to fluid environment, was almost non-existent. As a result the government took a further step by introducing another change in the institutional form of STPC, from a corporation owned entirely by the government, to a public limited company owned partly by the government, in 1993. The government used the well-known term "privatization" to describe the change. Telecommunication was privatized following Sudan's Structural Adjustment Program (SAP) launched in early 1990 by the new military government, which seized power in a coup in June 1989. The privatization policy is the cornerstone of the Three-year Economic Salvation Program 'TYESP' (1990-1993) and the Ten-year National Comprehensive Strategy 'TYNCS' (1992-2002). These new changes in institutional form resulted in the newly established Sudatel with big challenges about community/ customers' satisfaction and future survival. The establishment of the Sudatel might also, as Bourgeois *et al* (1999: 17-18) pointed out, challenge the managerial thinking contained in the difference of managers' mental models that can influence their strategic decision-making and the actions the organization (Sudatel) takes. It is worth mentioning here that the newly established Sudatel recruited a considerable number of the former STPC's managers.

Bourgeois *et al* (1999: 17) and Senge (1999: 8) define mental models as the deeply inherent assumptions, understandings or representations of the phenomena that influence how we understand the world and how we respond to it. Mental models tell us what is and is not important to us, what we like and do not like what we should and should not notice. Mental models include our understanding of how things work and what we expect to happen next. When we encounter something novel, our minds quickly construct new mental models to help us understand this new phenomenon. Therefore managers' mental models of the situations they encounter determine whether a particular strategic issue or situation will be noticed and observed, how it will be interpreted and understood, and how they as managers should respond to the situation.

Accordingly could it be important for the Sudatel to understand that managers might have different mental models and this situation might explain why some managers notice important organizational issues while other managers do not, why some managers correctly interpret these issues while others do not, and why some managers respond appropriately to issues while others do not. As a result, the linkages among organizational environments, managerial thinking, and strategic decision-making are keys to understanding performance differences across the organization and how service delivery excellence is developed.

2. METHOD USED FOR OBTAINING DATA

The data is obtained during a three-day strategic planning workshop conducted for senior management in the Sudatel Head Office in Khartoum, 2005.

In order to establish a foundation for strategic planning the participants were involved in a process of environmental scanning through conducting an assessment of internal strengths and weaknesses of the organization and external environmental opportunities and threats for the organization (SWOT analysis), a central activity of the strategic planning process. The first phase involved the identification and assessment of external environmental threats and opportunities. Participants were asked to identify factors/trends in the external environment with a profound impact on the organization. The initial identification of the opportunities and threats is elicited without regard to the neither seriousness nor immediacy of the threat or opportunity for the organization. After identifying opportunities and threats, the participants were then asked to assess the elements with regard to the potential impact of the element on the organization (high, medium, low) and the time frame within which this element will impact (immediately, short-term, mid-term) on the organization. These external environments were defined as political, economic, social, technological and other.

Upon completion of this first phase, the workshop participants were then asked to identify present strengths and weaknesses of the organization for addressing the previously identified opportunities and threats. This phase involved an analysis of organizational resources, the product/service of the organization, a client analysis, structure analysis and an analysis of the organizational culture. The organizational resource analysis included a number of sub-components including an identification and assessment of human resource capacities in the organization. Following the SWOT analysis,

participants were then asked to identify organizational limitations, and propose possible solutions for implementing the strategic plan.

3. CONCEPTUALIZATION OF MODEL

Strategic management does not exist in a vacuum; it has both influences on, and is influenced by the culture of the organization, its structure and the people it employs. How the Sudatel wants its members to perform is driven by the organizational strategy. How they actually perform depends on systems, control mechanisms, and the climate of the organization. A strategic management modelling can get all these aspects in harmony, and ensure that the strategy the Sudatel is following is appropriate. One of the good reasons given for subjecting an organization to a strategic management model is that it is the only satisfactory way of coming to terms with a changing world. Events in the environment in which the organization operates have a direct effect on the success or failure of that organization. Strategic management seeks, as one of its aims, to relate the organization to its environment, and to identify in advance the threats and opportunities which environmental change brings. At the outset, the unique character of each organization should be stressed.

According to Nadler (1982: 4) it is important to mention, "Models are not in themselves reality, but they represent the reality of those who have developed them". He continued by stating that models are constructed daily. He further postulates that we as humans would not be able to cope without designing models in order to assist us in resolving problems.

According to Bailey (1996: 322) a model is a copy, replica or analogy that differs from the original in some way. This difference may be only in size, such as the model ship that is accurate and seaworthy in every detail, except that it is small enough to fit into a bottle. Other models may be full size or over size, but may not be complete in every detail, but include only those features of the original that are necessary for the modeler's purpose. He further pointed out that when a researcher makes use of a model in social sciences, it mainly consists of a description of a social phenomenon, abstracting or a theoretical description of the main features of the phenomenon without attempting to explain it or predict anything from the description.

According to De Vos *et al* (2002: 38) “the goal in social science models is not necessarily to include all features of the system being modelled, but only those necessary for research purposes. Frequently, not all the important features can be adequately modelled because of complexity or lack of information, and the researcher must be content with an incomplete model, a skeletal model or a model with some of the variables or components represented by question marks”.

Kerlinger (1986: 167-168) perceives a model as an abstract or conceptual outline spell out hypothesized relations in a collection of data. Doing research is, in effect, setting up models of what "reality" is supposed to be and then testing the models against empirical or observed data. The model springs from a theory.

Mouton (2001: 177) argues that models occur when the researcher use inductive and deductive strategies for discovering in order to explain particular phenomena. The explanatory function is usually attributed to theories. He postulates that inductive modes of reasoning are manifested in statistical model building. The researcher constructs a model to fit certain empirical data. He further pointed out that a variation on inductive reasoning is analogical reasoning where the researcher constructs a model of a phenomenon based on its similarities to another phenomenon. Deductive reasoning on the other hand is much more formal. The researcher formulates a series of hypotheses or axioms and this is believed to be the truth. From these hypotheses, further theoretical propositions are deductively derived. The researcher follows this procedure until a comprehensive series of theoretical propositions have been developed that ultimately be tested against empirical data. He further argues that science cannot make progress without theories and models. It is through the construction of theories and models that researchers attempt to explain phenomena in the world.

A model merely agrees in broad outline with the phenomenon of which it is a model. Certain characteristics of the phenomenon, irrelevant for the model are conveniently excluded, while the most obvious aspects are emphasized. The value of this simplification is that it draws the attention of the researcher to specific themes. It is this guiding function of models that is referred to as the heuristic function, where "heuristic" means serving to guide, discover or reveal (De Vos *et al*, 2002: 38). The model is, therefore, used to suggest new areas of research because certain relationships and dimensions are emphasized to an unusual degree.

De Vos *et al* (2002: 38) pointed out that most models in social work were subsequently derived from this example. They conceptualized the prototypal process as follows:

- *Investigation:*

1. Collecting data (from the client, the client's family and sources outside the family group).

- *Diagnosis:*

2. Drawing inferences there from.
3. Interpreting their meaning.
4. Shaping a treatment plan.

- *Treatment:*

5. Implementing the treatment plan.
6. Evaluating the result.

According to Nadler (1982: 5) the following are some questions that can be asked by researchers in order to assist them to construct an integrated model.

- What is its purpose?
- For which kinds of learning (that is, travel mode) is appropriate?
- Does it tell (Sudatel's Executive Team) what to look for?
- Does it help to (Sudatel's Executive Team) anticipate what will be found?
- Does it provide alternatives?

The researcher does understand the fact that the model will not do the work for the Sudatel. However it will enable the Sudatel top management to understand the process or situation with which they are concerned in this situation: The compilation of an integrated strategic management model for the Sudatel. According to Nadler (1982: 5) models have many benefits such as:

- Explain various aspects of human behaviour and interaction.
- Integrate what is known through research and observation.
- Simplify complex human processes.
- Guide observations.

It is important to note that as with any attempt to take a complex process and reduce it to a one-dimensional representation, something can be lost. The usefulness of the model depends upon the researcher's own understanding of the reality for which the model is designed.

According to Shani & Lau (1996: 101) and Senge (1999: 7) organizations are regarded as an open system also known as a "living" system and therefore are expected to interact with their environment. There is a two-way flow of influence between an open system and the environment. Thus, the Sudatel is influenced and influence its environment through a process of interdependency.

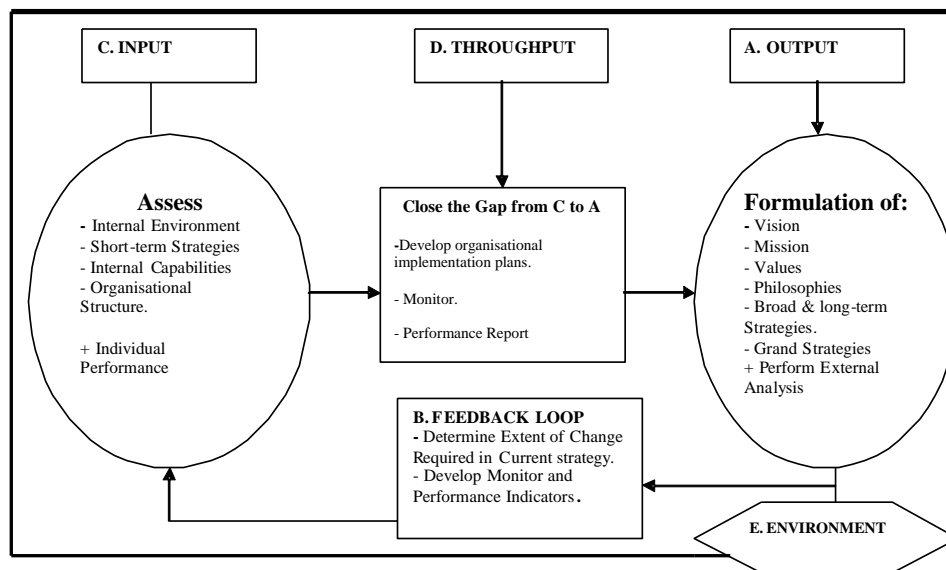
According to Haines (2000: 29) the reason behind reinventing the way the organization do its day-to-day operations is that it might want to exercise better control over achieving the organization's vision. Hence the Sudatel might want to be proactive ensuring that the organization fulfills its desired mission and performance outcomes. He further pointed out in order for an organization (Sudatel) to do this, it needs to practice what he calls "backward" (or systems) thinking.

The Sudatel needs to start with their "Ideal Future Vision" in mind, and then needs to think backwards, where the organization is right now. From here they have to determine how to bridge the gap between their current state of operations and that vision they want to achieve. Haines (2000: 34) and Senge (1999: 12) point out that many organizations applied a traditional analytic approach to planning. The organization start with today's problems, breaking them up into separate parts, analyzing and resolving one area at a time, then moving on to the next area. However, systems thinking practice the exact opposite of this analytic approach. Systems thinking studies the organization as a whole in its interaction with its environment. Then, it works backwards to understand how each part of that whole works in relation to, and supportive of, the entire system's objectives. Only then the core strategies can be formulated.

According to Robbins & Decenzo (2001: 383) and Haines (2000: 42-43) organizations apply an issue-by-issue analytical solution to a systems problem. It cannot work and will be difficult to lead and manage organizations in an ever-changing world. According to Gibson *et al* (1994: 34-37) change that occurs in one part or set of parts of the organization such as the Sudatel affects all other parts of the organization and will directly or indirectly affect the overall organization.

The following is a model that explains the systems theory to strategic management. It shows that the Sudatel is a system that is made up of a set of components that need to work together for the overall realization of organizational objectives.

Figure-1: A Strategic Management Model as adapted from Haines (2000: 39) and David (2001: 12-14)



4. STRATEGIC MANAGEMENT MODELLING

In this section, the proposed strategic management model to overcome strategic management challenges through the application of an open systems model will be described.

4.1. Phase A: Output

"Where does the Sudatel want to be?" This is where it needs to embark on replacing the traditional analytic approach with output thinking. It is actually the starting point for putting framework of their systems into place by focusing on the outcomes they desire for the organization, envisioning the future as if it were current, and then working backward to their mission that includes the broad statements about the Sudatel's organizational purpose, philosophy, values and objectives.

Strategy formulation must guide the Sudatel top management team (consisting of the Sudatel general manager, head of departments and branch managers) to define the “*business*” the Sudatel is in, the outcomes it seeks, and the measures it will use to attain those outcomes. The strategy formulation process is set in motion by top management firstly to define the organization’s mission. Secondly, the purpose of organization is also defined to reflect the values of a wide variety of stakeholders. Since the Sudatel’s social responsibility is a critical consideration for the organization’s top management, the mission and value statement must express how it intends to enhance it.

Top management must also assess and take into account the major factors in the external environment in order to anticipate and take advantage of future organizational conditions or situations. It needs to evaluate its organizational strengths and opportunities in order to be proactive (using the SWOT/TOWS analysis). Top management uses such profiles to target service delivery excellence areas they can emphasize, and service delivery improvement areas they should correct or minimize. Long-term objectives must also be set by top management and they need to specify the performance indicators. These objectives need to provide a basis for direction and evaluation within the organization. They also need to state the generic and grand strategies that the Sudatel will implement to achieve long-term objectives. The Sudatel’s current mission includes the broad statements about its purpose, philosophy, objectives and goals. Certainly, having a well-focused mission and clear objectives must be of imperative importance to top management. If the Sudatel is clear about its mission, operational objectives flow directly from it.

Joyce (1999: 22) pointed out that defining the desired outcome of the organization is the most critical element of the mission statement because of the measuring of organizational performance. Without this, it will be difficult to see how the Sudatel mission statement can be used as a basis for performance planning. Mission statements are a general feature of service sector organizations, and may be seen as the starting point of a strategic analysis. Mission statements should be written in a way that will help the process of strategy formulation.

In order to become a high-performance service organization top management must invest more time in defining and implementing their core values. The formation and observance of core organizational values has many productive outcomes such as to provide stability for members. When members share organizational values, they might feel more committed and loyal, identify more strongly with important organizational issues, and display willingness to “*get the job done*”.

According to Haines (2000: 122) top management must keep in mind that they must meet the following six criteria when they develop their organization's core values.

- Is it a collective belief organization-wide and is it simple and clear?
- Does it determine the standards of acceptable work behaviour?
- Will the community know and care if this is not followed?
- Is it a value that will endure consistently over time?
- Are there practices, rituals or other well-known organizational traditions to support its existence?
- Is it crystallized and driven by the top management level?

4.2. Phase B: Feedback Loop

The question that must be posed during this phase is whether the organization and as such Sudatel will know when it has accomplished its vision (Haines, 2000: 122).

It is of imperative importance for Sudatel to ensure concrete feedback. It also needs to outline outcomes and performance indicators. Top management need to make sure that set outcomes and performance indicators are properly communicated organization-wide in order to be able to measure whether the implementation of their core strategies is progressing effectively or not. Top management need to determine the success of the performance outcomes on a year-to-year basis. This is an ongoing process whereby the managers on the different organizational management levels monitor whether the organization is on course or not and what needs to be done to get the organization on course before it is too late. The Sudatel needs to deliver service excellence and as such is required to evaluate whether the set strategies and objectives were achieved by the respective branches within the different geographical areas. Feedback needs to be given to the managers to indicate if they were successful or not in achieving the set objectives and strategies, and what action needs to be taken if they were not successful.

According to Wright *et al* (1998: 261) the strategic control and evaluation process from top management's perspective consists of several steps namely:

- First, top management must decide what elements of the environment and organization need to be monitored, evaluated, and controlled.

- Then, standards must be established with which the actual performance of the organization can be compared. These first two steps will be strongly influenced by the Sudatel's mission and objectives, which direct the managers' attention to certain organizational and environmental elements, and attention to the relative importance of specific standards.
- Next, managers at different organizational levels and branches must measure or evaluate actual performance of the organization.

These evaluations will generally be both quantitative and qualitative, for example "what do the community/customers say about its service?" The performance evaluations will then be compared with the previously established standards. If performance is in line with the standards or exceeds them, then no corrective action is necessary. When performance exceeds standards, management should consider whether the standards are appropriate and whether they should be increased.

However, if performance drops below the standards, then management must take remedial action. The focus of strategic control is both internal and external. It is important for the Sudatel to remember that not one element can be examined in isolation, because it is top management's role to align strategically the internal operations of the organization with its external environment. In fact, strategic control can be visualized as a "negotiation" (feedback) the ongoing interactions between environmental variables and the Sudatel's internal departments. Relying upon quantitative and qualitative performance measures, top management uses strategic control to keep the organization's internal dimensions aligned with the external environment.

4.3. Phase C: Input

This refers to the organization's internal environment where an internal audit needs to be performed in order to determine the organizations strengths and weaknesses. The question that must be posed during this phase is whether the organization (Sudatel) is currently in line with its identified strategies or not?

This is the phase in which it gathers and assimilates information about the organizational design, budgets, behaviour change, the organizational culture, managerial performances, operational performances, research and development as well as performance of its management information systems. As a result the organization (Sudatel) will be able to identify its organizational profile that reflects its internal conditions and capabilities. The assimilation of information across departments in this phase creates an opportunity for the organization (Sudatel) to improve its process of communication in the organization. Performing an internal audit requires that the organization (Sudatel) needs to design key performance measures consisting of both its strengths and weaknesses in order to close the gap between the organization's current state and its desired state (Thompson & Strickland, 1998: 105; Hussey, 1995: 137-139; Craig & Grand, 1995: 55-56; Pearce & Robinson, 2003: 126).

The performance guidelines for measuring organizational progress must also be communicated to different branches in order to assist in the development of a high performance and customer-focused organization. Key performance measures are the quantifiable outcome measurements of its vision, mission and values on a year-by-year basis, ensuring continual improvement towards achieving the ideal future vision.

The real value of establishing key performance measures for the Sudatel is that it can use them to determine its strengths, weaknesses, and appropriate corrective actions in order to get the organization back on track. Otherwise, it runs the risk of becoming an unfocused organization with no mechanisms for feedback.

In order to balance long- and short-term strategies Haines (2000: 138) pointed out that organizations in general have a minimum of four key areas that must be measured and tracked in order to create an outcome-based measuring system. To pay attention to these areas might also be of some value to Sudatel.

- Worker performance and attitude (employee satisfaction).
- Key operational indicators that represent the leverage points in the organization.
- Customer satisfaction.
- Key budget indicators that show organization's financial viability.

4.4. Phase D: Throughput

In this phase Sudatel needs to ask how it could get to its perceived future from where it's currently. Most Sudatel managers are trained in operational decision-making, but not strategic management. This has the effect that operational management is mainly concerned with short-term and commonly routines, day-to-day managerial issues. Strategic management on the other hand means managing complexity in ambiguous longer-term, non-routine contexts, with issues that may influence the whole organization and are fundamental to the survival of the organization.

Operational management is normally concerned with operational specific tasks, any one of which is unlikely to endanger the organization's future. Strategic management is concerned with positioning the organization in the context of a changing environment and the expectations of the customers, the very antithesis of operational management.

The data obtained at the strategic management workshop indicates that most of the executive team members are operationally trained managers. They are then expected to change into becoming strategic managers due to their promotion and new positions without having acquired any further training in strategic management. Thus senior managers may often find it difficult in making the transition from the operational to the strategic mode, and seeking security, revert to their former operational perspectives.

The strategic management model as presented by the researcher could assist these managers in that it will give them a methodology to follow in order to achieve and understand their strategic objectives.

To ensure that the objectives set by top management will be achieved, the strategy must be translated into carefully implemented action steps. This means that:

- The strategy must be translated into guidelines for the daily activities of the organization's members.
- The strategy must be reflected in the way the Sudatel organizes its services and must also be reflected in its values, beliefs, and service delivery.

In implementing of the strategy, the Sudatel managers at the different organizational levels must monitor and direct performance outcomes as specified by the performance indicators and adjust to change.

The organizational strategies must now be initiated by the different branch managers with their executive management teams in the respective branches in the following four interrelated steps:

- Creation of clear, specific, measurable, achievable and time bound short-term objectives and action plans.
- Development of specific operational focused tactics and strategies that will create service delivery excellence.
- Empowerment of operating personnel through policies that guide decisions as well as the provisioning of the necessary financial, fiscal and human resources for operationalising the strategies.
- Implementation of an effective performance and reward system.

The short-term objectives and operational plans of the Sudatel guide implementation through the conversion of long-term objectives set by head office into short-term operations and objectives.

The branch managers of the Sudatel with their respective management teams translate the organizational strategies by means of operational plans into operational performance procedures that could build service delivery improvement.

Those performance procedures need to be supported by the necessary policies that empower operational members through the defining guidelines (Comprehensive National Strategy) in order to make decisions. The Sudatel also needs to remember that proper performance and reward systems need to be in place in order to reward outstanding service delivery.

At this point the Sudatel's systems framework will include detailed considerations on how to implement and manage change throughout the organization. It needs to integrate its current change management system into an organization-wide system and put its plans into performance monitoring, reporting, and adjusting where necessary.

4.5. Phase E: Environment

The environment is changing and the Sudatel needs to take this into account by analyzing the opportunities and threats posed by the environment towards the Sudatel as an organization. It needs to analyze options by matching its resources with the expectations of the external environment. Thus phases E and A become parallel processes. As the environment of the Sudatel becomes increasingly dynamic, strategic management becomes more and more important.

Following this model, it indicates that strategic management for the Sudatel involves planning, organizing, implementing and evaluating its strategy-related decisions and actions as well as to give sound feedback on whether its organizational objective were achieved or not. The Sudatel managers must bring these elements into coherent alignment when applying strategic management (Moore, 1995: 71).

CONCLUSION

This paper focused on the development of a schematic strategic management model. The model represents a systems thinking approach, the Sudatel's strategic management and development comprise of its entire system that defines the organization. Using a systems thinking approach in its formulation, implementation and evaluation enables it to think strategically and systematically about the overall changes it might need and desire, without compromising those day-to-day operational activities.

The systems thinking model is based on the theory that a system is, in essence, circular. Using a systems thinking approach in its strategic management, therefore, provides the Sudatel with a circular implementing structure that can evolve, with continuously improving, self-checking and learning capabilities.

In systems thinking the Sudatel does no longer have to be concerned if the organization cannot be constantly observant, watching over each and every step of the implementation process on a day-to-day basis. If the Sudatel followed the systems-based strategic management model correctly, it could have a system of monitored activities in place, with ongoing, positive checks and balances.

The model can also serve as a managerial checklist i.e. do managers know how to develop a vision? If not they could be trained. So the systematic following of the model can assist to check if managers are able to formulate in sequence the different activities as proposed by the model.

REFERENCES

- Bailey, C. A. (1996) **A Guide to Field Research**, Thousand Oaks, California: Pine Forge.
- Bourgeois, L. J., I. M. Duhaime and J. L. Stimpert (1999) **Strategic Management: A Managerial Perspective**, (2nd ed.), Second Edition, Orlando: The Dryden Press.
- Craig, J. C. and R. M. Grand (1995) **Strategic Management: Resources, Planning, Cost Efficiency and Goals**, London: Kogan Page.
- David, F. R. (2001) **Strategic Management Concepts and Cases**, (8th ed.), New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- De vos. A. S., H Strydom, C. B. Fouche and C. S. L. Delport (2002) **Research at Grass Roots For the Sciences and Human Professions**, (2nd ed.), Pretoria: Van Schaik Publishers.
- Gibson, J. L., J. M. Ivancevich and Jr. J. H. Donnelly (1994) **Organizations: Behavior, Structure, Processes**, (8th ed.), Burr Ridge, III: Irwin.
- Haines, S. G. (2000) **The Systems Thinking Approach to Strategic Planning and Management**, New York: St. Lucie Press.
- Hussey, D. E. (1995) **Rethinking Strategic Management: Ways to Improve Competitive Performance**, London: John Wiley & Sons Inc.
- Joyce, P. (1999) **Strategic Management for the Public Services**, London: Open University Press.
- Kerlinger, F. N. (1986) **Foundations of Behavioral Research**, (3rd ed.), New York: Holt, Reinart and Winston International.
- Moore, M. H. (1995) **Creating Public Value, Strategic Management in Government**, London: Harvard University Press.
- Mouton. J. (2001) **How to Succeed in your Master's and Doctoral Studies: A South African Guide and Resource Book**, Pretoria: Van Schaiks Publishers.
- Nadler, L. (1982) **Designing Training Programs, The Critical Events Model**, New York: Addison- Wesley Publishing Company, Inc.

- Pearce, J. A. and R. B. Robinson (2003) **Strategic Management: Formulation, Implementation and Control**, (8th ed.), Irwin: McGraw-Hill.
- Robbins, S. P. and D. A. Decenzo (2001) **Fundamentals of Management: Essential Concepts and Applications**, (3rd ed.), New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Senge, P. (1999) **The Dance of Change**, New York: Double Day.
- Shani, A. B. and J. B. Lau (1996) **Behavior in Organizations: An Experimental Approach**, Chicago: Irwin.
- Stolovitch, H. D. and E. Keeps (1992) **Handbook of Human Performance Technology: A Comprehensive Guide for Analyzing and Solving Performance Problems in Organizations**, San Francisco: Josey-Bass.
- Thompson, A. A. JR. and A. J. Strickland (1998) **Strategic Management: Concepts and Cases**, (10th ed.), Massachusetts: Irwin McGraw-Hill.
- Wright, P., M. J. Kroll and J. Parnell (1998) **Strategic Management: Concepts and Cases**, (4th ed.), New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

MARKA YERLEŞTİRMENİN BİR REKLAM OLARAK ETKİLERİ: VIDEO OYUNLARINDAKİ MARKA YERLEŞTİRME UYGULAMALARI ÜZERİNE KEŞİFSEL BİR ARAŞTIRMA

Pelin SÜRÜCÜ*

Öz

Bu çalışmanın amacı, son yıllarda kullanımı giderek artan ve reklamlara alternatif olarak gösterilemeye başlanan “marka yerleştirme” uygulamalarına karşı tutumları belirlemek ve bu uygulamanın video oyunlarındaki kullanımını ampirik olarak incelemektir. Bu amaçla, katılımcılara içerisine çok sayıda marka yerleştirilmiş bir video oyunu oynattırılmış ve marka yerleştirmeye karşı tutumları ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca, oyunun içerisinde yer alan markaların hatırlanabilirlik seviyeleri test edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, marka yerleştirme uygulamalarına karşı olumlu bir tutum olduğu, oyunlarda yer alan markaların katılımcılar tarafından daha sempatik bulunduğu ve katılımcıların oyunlarda kendi kullandıkları nesnelerin markalarını (bu oyunda otomobiller) daha öncelikli olarak hatırladıkları görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Marka yerleştirme, reklam, video oyunları, yeni medya.

Abstract

Effects of Brand Placement as an Advertisement: An Exploratory Study on the Use of Brand Placements in Video Games

The purpose of the present study is to investigate attitudes towards “brand placement”, which is considered as a rival to traditional advertisement applications, and to empirically analyze its use in video games. For that purpose, respondents were asked to play a video game containing a large number of brand placement and attitudes of respondents were tried to be measured. In addition to that, the recall level of placed brands was tested. The results show that there is a positive attitude towards brand placement in video games and the brands placed in games are perceived to be sympathetic for video gamers. Moreover, it is also observed that, the objects directly used by the players in the games (in this study; automobiles) are recalled more easily by the respondents.

Keywords: Brand placement, advertisement, video games, new media.

*Araş.Gör., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, Beytepe/ANKARA,
pelin@hacettepe.edu.tr

GİRİŞ

Tüketim ürünleri pazarları açısından bakıldığında, reklamın tutundurma faaliyetleri içinde en önemli yerde olduğu görülmektedir (Arpacı vd., 1994). Nitekim, Obermilller vd. (2005), reklam endüstrisinin yalnız etkisi açısından değil, yıllık 250 milyar dolarlık cirosu nedeniyle de pek çok kişi ve kurum için büyük önem arz ettiğini belirtmiştir.

Reklam, “bir firmanın mal ya da hizmetlerinin pazara sunulduğunun ya da pazarda olduğunun, niteliklerinin, üstünlüklerinin, kitle iletişim araçlarından da yararlanılarak ve çoğu kez üretici ya da satıcı adı belirtilerek, hedef kişi ve kuruluşlara iletilmesi ya da daha önce bu yöndeki iletişimlerin hatırlatılması ve pekiştirilmesi çabalarıdır” (Arpacı vd., 1994). Kotler (2000) ise, reklamı “fikir, mal ve hizmetlerin para ödenmesi karşılığında yüz yüze olmayan bir şekilde sunumu” olarak tanımlamaktadır. Reklamlar, özellikle tüketicinin dikkatini çekme ve ilgi uyandırma işlevlerinde başarılı olmakla beraber, kısa vadede tüketiciyi harekete geçirme konusunda aynı performansı gösterememektedir. Buna rağmen, kitlesel iletişim araçlarının yardımıyla, verilen mesajın aynı anda geniş kitlelere ulaşabilmesi ve verilmek istenen mesajın defalarca tekrarlanarak tüketicinin zihninde uzun dönemli etkinin yaratabilmesi nedeniyle, reklamlar pazarlamacılar tarafından tercih edilen bir yöntem olmaktadır.

Ancak, bu avantajlarına rağmen reklamlar bazı eleştirilere de maruz kalmaktadırlar. Eleştirilerin başında, reklamların tüketiciler tarafından yeterince inandırıcı bulunmadıkları ve ayrıca tüketicilerin önemli bir kısmının reklamları sıkıcı, bunaltıcı, yanıltıcı ve dikkat dağıtıcı bularak tercihlerini izlememe yönünde kullandıkları yer almaktadır (Snatchfold, 2005, Savaş-Gün, 1999). Buna ek olarak, reklamlara şüphe ile yaklaşan kişilerin, reklamları güvenilmez buldukları için, üzerinde düşünmedikleri, reklamlardan hiç etkilenmedikleri ve mümkün olduğunca reklamlardan kaçındıkları görülmüştür. Dolayısıyla, klasik reklam kuşakları ile bazı kesimlere ulaşabilmek mümkün görülmemektedir (Obermilller vd., 2005). Bu nedenle, pazarlamacılar tüketicileri yakalayabilmek için özel olarak kendilere ayrılan zaman dilimlerinden ve mekanlardan sıyrılacakları alternatif kanallar aramaya başlamışlar ve bu arayış sonucunda televizyon dizileri ve filmler aynı anda en fazla tüketiciye ulaşabilecek iletişim kanalları olarak görülmüştür.

Çoğunlukla konuşma içinde geçen ya da oyuncuların kullandıkları ürünler olarak kendilerine senaryolarda yer bulan markalar, bu şekilde uzun süre ekranda kalarak tüketicilere kendilerini hatırlatmakla kalmayıp, aynı zamanda onları kullanan kişilerle izleyiciler arasında kurulan bağın derecesine bağlı olarak, kendilerini kullanmaları için tüketicileri ikna etmektedirler.

Reklamlara alternatif olarak gösterilen marka yerleştirme uygulamaları, aynı anda büyük kitlelere ulaşabilmenin yanı sıra, başka özellikleriyle de reklamlarla benzeşmektedir. Her iki uygulama için de reklam verenlerin belli miktarda ödeme yapmaları ve her ikisi için de belli yasal düzenlemelerin varlığı, bu iki uygulamanın paylaştığı diğer ortak özellikler olarak gösterilebilir. Ancak, marka yerleştirmeler, bilgi verme konusunda reklamların gerisinde kalmaktadırlar. Buna ek olarak, reklamlarda verilen mesajın duygusal olduğu kadar bilişsel bir şekilde de değerlendirildiği, öte yandan marka yerleştirmelerde ise yerleştirilen markalar üzerinde izleyicilerin daha çok duygusal değerlendirme yaptıkları ve izledikleri film, dizi ya da oyunda hissettikleri genel havayı, yerleştirilmiş olan markaya da yansıttıkları görölmektedir (Balasubramanian vd., 2006). Bu nedenle, markaların özellikle kamuoyunda beğerilen ve hakkında olumlu tutum oluşmuş programlara yerleştirilmesi şaşırtıcı olmayacaktır. Nitekim, Ferraro ve Avery (2000), 112 saatlik bir süre boyunca prime-time programlarını inceledikleri çalışmalarında, ortalama saat başına 30 marka yerleştirme uygulamasına rastladıklarını belirtmişlerdir. Buradan da göröldüğu gibi, marka yerleştirme izleyicilere ulaşmak için etkili bir yol olarak kabul edilmekte ve kullanılmaktadır.

1. MARKA YERLEŞTİRME HAKKINDA YAPILMIŞ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Çeşitli araştırmalara göre (Nelson, 2002, Babin ve Carder, 1996) sinema filmlerine marka yerleştirmeler 1940'lara dayanmakta olup, günümüzde ise yalnızca televizyon ya da sinemada değil, edebiyat eserlerinde, video oyunlarında, müzik kliplerinde ve benzeri pek çok alanda kullanılmaktadır. Marka yerleştirme uygulamalarının gelişim süreci incelendiğinde ise, ilk zamanlarda bu yerleştirmenin marka sahiplerince talep edilmediği, filmlerde yer alacak markaların rasgele seçildiği görölmür. Ancak zamanla reklam verenlerin farklı mecra araşışları sonucunda, günümüzde bu seçimler bilinçli bir şekilde yapılmaktadır (Gürel ve Alem, 2005). Yine de, uygulamada 65 yılı geçmesine rağmen, bu konu ancak 1990lardan sonraki akademik çalışmalarında kendine yer edinebilmiştir (Nelson, 2002)

Konuyla ilgili yapılan araştırmalarda pek çok kez referans gösterilen çalışmasında, Karrh (1998) kullanımda olan "ürün yerleştirme- product placement" terimi yerine "brand placement- marka yerleştirme" teriminin kullanılmasının daha uygun olacağını belirtmektedir. Yazar, bu önerisinin dayanağı olarak da, filmlere, dizilere ya da oyunlara dahil edilerek bilinirliğin artırılması ve hatırlatılması amacı güdülenlerin *ürünler* değil, *markalar* olduğunu öne sürer. Ülkemizden ve güncel bir örnek olması açısından G.O.R.A. filmi hatırlanacak olursa, orada kullanılan ieeğin kutusu üzerinde "meyveli

gazoz” değil, “Yedigün” markası yer almaktadır. Dolayısıyla, filmde görülen şey bir *ürün* değil, bir *marka*dır. Bu nedenle “ürün yerleştirme” olarak kullanılan terimin, Karrh’ın da (1998) önerdiği gibi “marka yerleştirme” olarak kullanılmasının daha doğru olabileceği düşünülmüş ve bu çalışmada da “marka yerleştirme” terimi kullanılmıştır.

Marka yerleştirme tekniğinin kullanımı özellikle son yıllarda daha da fazla kullanılmaya başlanmış olmasına rağmen, bu tekniğin ne kadar etkili olduğu konusunda ampirik çalışma sayısı kısıtlıdır. Konuyla ilgili yapılan bazı çalışmalar aşağıda özetlenmiştir (Tablo 1):

Tablo-1: Marka Yerleştirme Üzerine Yapılan Araştırmalar

Çalışma	Örneklem	Yöntem	Bulgular
Nebenzahl ve Secunda (1993)	171 üniversite öğrencisi	Anket	Katılımcıların marka yerleştirme uygulamalarına karşı çıkmadıkları, aksine aşırı miktarda olmadığı takdirde diğer tutundurma faaliyetlerinden fazla tercih edilebileceğini belirtmişler.
DeLorme, Reid ve Zimmer (1994)	29 üniversite öğrencisi	Odak grup çalışması	Katılımcılar yerleştirilen markaların filme gerçeklik kattığını, ancak bu yerleştirmenin aşırı olması durumunda rahatsızlık verdiğini belirtmişler.
Saberwahl, Pokrywczynski ve Griffin (1994)	62 üniversite öğrencisi	2 durumlu (yalnız görsel yerleştirilmiş markalar ile görsel ve sözsel biçimde yerleştirilmiş markalar) deney	Sözel ve görsel olarak yerleştirilen markalar %65 oranında hatırlanırken, yalnız görsel bir şekilde yerleştirilen markaların hatırlanabilirliği %43 seviyesinde kalmıştır.
Ong ve Meri (1994)	75 kişi	Anket	Marka hatırlanırılığı, satın alma eğilimi ve marka yerleştirme uygulamalarına karşı genel tutum incelenmiş. Katılımcıların marka yerleştirmeye karşı genellikle olumlu tutum sergiledikleri bulunmuş.
Karrh (1994)	76 üniversite öğrencisi	5 markanın yerleştirilmesiyle ilgili deney	Katılımcılar yerleştirilen 5 marka içinden en önde ve en fazla tekrar edilen markayı hatırlamışlar. Ayrıca marka yerleştirme tekniğinin daha az bilinen markaların bilinirliğini arttırmada daha etkili olduğu görülmüş.

Karrh (1995)	22 profesyonel reklamcı	Mektup yoluyla anket	Belirgin ambalaj tasarımı olan markaların daha fazla hatırlandığı ve bilindiğı görülmüş.
Vollmers (1995)	İlköğretim çağında 140 çocuk	Deney	Çocukların filmde yerleştirilen 8 markadan nasıl etkilendikleri incelenmiş ve çeşitli marka yerleştirme tarzlarına göre etkilenmelerinde farklılıklar olduğı görülmüştür.
Baker ve Crawford (1996)	43 lisansüstü öğrenci	Anket ve derinlemesine mülakat	Yerleştirilen markalarda yüksek hatırlanabilirlik oranı görülmüş ayrıca bu ürünlere karşı olumlu tutumlar olduğı sonucuna ulaşılmıştır.
Babin ve Carder (1996)	98 üniversite öğrencisi	Anket	Rocky 3 ve Rocky 5 filmleri izlettirildikten sonra içinde yerleştirilen markalardan ne kadarının hatırlandığı sorulmuş. Katılımcıların %30u, yerleştirilen markaların %50sinden fazlasını hatırlamışlar.
Gupta ve Gould (1997)	1012 üniversite öğrencisi	Anket	Katılımcılar marka yerleştirmeye karşı genellikle olumlu tutum sergilerken, alkol, sigara ve silah gibi olumsuz ürünlerin yerleştirilmesine karşı da olumsuz tutum varolduğı görülmüştür.
Zimmer ve DeLorme (1997)	Öğrenci olmayan 52 kişi	Anket ve mülakat	Yerleştirilen 16 markada hatırlanırılık oranı %33, bilinirlik oranı ise %55 olarak bulunmuştur. Buna ek olarak, karakterlerin kullandığı ya da sözel bir şekilde de yer alan ürünlerin daha fazla akılda kaldığı görülmüştür.

2. YENİ MEDYA KANALLARI VE REKLAM

Yirminci yüzyılının son çeyreğinden itibaren teknoloji hayatın pek çok alanında olduğı gibi iletişim alanında da değışikliklere yol açmış ve 1990'lardan itibaren hayatımıza "yeni medya" denen kavramı sokmuştur. Yeni medya, en basit haliyle *bilgisayarla üretilmiş tüm iletişim kanalları* olarak tanımlanabilir (www.newmediabrew.com). Dolayısıyla, günümüze baktığımızda internet, video oyunları, e-mailler, 3D animasyon ve benzeri dijital sanatların kullanıldığı tüm filmler, resimler "yeni medya" tanımının altında yer almaktadırlar (Hepdinçler, 2006).

Reklamcılık sektörüne bakıldığında, en fazla dikkat çeken reklamların bilgidен çok duygusal içeriklerinin ağır bastığı ve özellikle mizah, korku ya da hüznün unsurlarını öne çıkardıkları görülür. Ancak, araştırmalarda (Obermiller vd, 2005; Savaş-Gün, 1999) olumlu tutum yaratan reklamların büyük çoğunluğunun esprili, mizahi reklamlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle olumlu tutum yaratabilme amacıyla kullanılan eğlence faktörü, yeni medyanın gelişimi ile artık daha fazla kullanılabilmekte ve hissedilebilmektedir. Özellikle bilgisayar oyunları sürekli artan pazar hacmiyle sinema ve televizyon endüstrilerini geride bırakarak devasa bir sektör olarak görülmektedir. Bu nedenle, ilk başlarda sinema ve televizyonda kullanılan marka yerleştirme tekniği, artık eğlence sektörünün yeni yıldızı olan video oyunlarında “advergaming” adı altında kendine yer edinmektedir.

Son yıllarda, bu çalışmada da incelenecek olan ve uygulamadaki popülaritesi gün geçtikçe artan *marka yerleştirme*, ya da diğer adıyla *oyun içi (in-game) reklamlar* konusunda da araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Ekim 2005 tarihinde Nielsen Interactive Entertainment ve Double Fusion tarafından 900 oyuncu üzerinde yapılan araştırmada oyun içinde gösterilen reklamların, marka bilinirliğini %60 seviyelerinde arttırdığı ve oyuncuların %50sinin oyun içinde yer alan reklamların oyunların gerçekliğini arttırması dolayısıyla bu tip reklamlardan hoşlandıkları, %54ünün ise bu tip reklamların dikkatlerini çektiğini söyledikleri sonuçları bulunmuştur (<http://blogs.mercurynews.com>). Çalışmada ayrıca 2010 yılına kadar oyun-içi reklamcılık sektörünün bir milyar dolar civarında bir pazar oluşturacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere ulaşan pek çok şirket özellikle çok sayıda oyuncusu olan oyunlarda kendine yer edinmeye çalışmaktadır.

Uygulamada ise advergaming olarak adlandırılan marka yerleştirme tekniğini üç kategori altında incelemek mümkündür (Berger, 2003; wikipedia.com (2)).

İlk kategori, firmanın kendi web sayfasında interaktif oyunlara yer vererek, potansiyel müşterilerini mümkün olduğunca fazla süre boyunca sitede tutmak suretiyle marka aşinalığını arttırma amacını taşır. Ülkemizde bu uygulamaya daha çok otomobil markalarının rağbet ettiği söylenebilir. Örneğin, 2002 yılında Citroen C3 modeli için, 2005 -2006 yıllarında ise Ford, Fiesta ve Focus C-Max modelleri için sitelerinde interaktif oyunlara yer vermişlerdir. Ancak son zamanlarda bu tip uygulamalar sadece otomobil markalarının değil, GSM operatörlerinden hazır gıda markalarına kadar pek çok marka tarafından kullanıldığı görülmektedir.

İkinci advergaming kategorisi ise özellikle markalara ya da olaylara yönelik olarak yapılmış oyunları içermektedir. Bu konuda verilebilecek en iyi

örnek Formula 1, NBA League, FIFA ve bunun gibi oyunlardır. Adı geçen oyunlarda, bu organizasyonlara katılan gerçek sporcuların isimleri kullanılmakta ve özellikle organizasyonları tanıtarak katılımı arttırma açısından faydası olmaktadır.

Advergaming'in üçüncü kategorisinde ise filmlerde de görülen marka yerleştirme tekniği yer almaktadır. Bu çalışmada incelenecek olan advergaming uygulaması da bu kategori altındadır. Marka yerleştirilen oyunlarda, markalar ya oyuncuların kullandıkları karakterler üzerinde gösterilirler (örneğin Tennis Pro oyunundaki Nike formaları gibi) ya da kurgusal şekillerde yerleştirilirler (FIFA oyunlarındaki stadyum kenarlarında var olan reklam panoları gibi). (<http://en.wikipedia.org/wiki/Advergaming>) (2)

Internet üzerinden oynanan oyunlar da artık önemli bir mecra haline gelmiştir. Kişiler gerçek yaşamda bürünemedikleri ancak hayalini kurdukları kişiliklere sanal ortamda "avatar"larla bürünmektedirler. Avatar, Hindu dinine göre "tanrıların yeryüzüne indiğinde büründükleri şekil" (<http://en.wikipedia.org/>) (1)) olarak tanımlanırken, sanal ortamda ise kullanıcıyı temsil eden şekil anlamında kullanılmaktadır. Gerçek yaşamında ağırbaşlı, sessiz sakin kişiler sanal ortamda kendilerini temsil etmesi için gerçekte olmadıkları kadar çekici ve marjinal ikonlar seçmektedirler (Hemp, 2006). Bu nedenle, gerçek yaşamında hedef kitle içerisinde yer almayan kişiler, sanal ortamdaki ikinci kişilikleriyle markaların hedef kitlesi içinde görülebilmektedirler.

Second Life isimli oyun, bu konuda verilebilecek en güncel örneklerden biri olarak gösterilebilir. Bu oyunda, kişiler kendi istedikleri gibi sanal kişiliklere (avatarlara) dönüşebilmekte ve gerçek yaşamda olamadıkları ama olmak istedikleri mesleklere sahip olup bu mesleklerle sanal para, yani Linden Doları kazanıp, kazandıkları bu paraları internette var olan ve Linden Doları'nı İngiliz Sterlini'ne ya da Amerikan Doları'na eviren döviz büroları aracılığıyla somutlaştırabilmektedirler. Haziran 2006 itibariyle Second Life'da 100,000den fazla oyuncunun kayıtlı olduğu ve bu oyuncuların %80'i yaşının 20 ile 30 arasında olduğu bilinmektedir (Hemp, 2006). Bu kitlenin pek çok markanın da hedef kitlesi ile çakışıyor olması firmaların dikkatinin bu oyuna çevrilmesine yol açmaktadır. Nitekim, dünya çapında 130'dan fazla mağazası olan ve giyim konusunda lider firmalardan biri olan American Apparel firması, 2006 yılının ortalarından itibaren, bu oyunun içinde yer almayı başarmış ve gerçek mağazalarından birini birebir modelleyerek, gerçek koleksiyonları ile bu oyun içerisinde varlığını göstermektedir. Firma yetkilileri, bu oyunda yer almaları dolayısıyla 400 milyon dolarlık reklam yapmış olacaklarını belirtmektedirler (www.wired.com, www.micropersuasion.com) (1)).

Buna ek olarak, American Apparel firması değişik satış geliştirme tekniklerini de uygulamaya sokmuştur. Firma, Second Life isimli oyunun içinde kendi mağazalarından sanal parayla (Linden Doları) satın alınan ürünün aynısını, oyunun içinde verilen indirim kodu söylendiği takdirde gerçek yaşamda indirimli olarak satışa sunmaktadır (Hobson, 2006). Dolayısıyla, bu oyun American Apparel firması için yalnızca adını duyurabildiği, kendini hatırlattığı bir mecra olmakla kalmamış, aynı zamanda ürünlerini teşhir edebildiği ve yürüttüğü diğer tutundurma faaliyetleri hakkında tüketicilerle verimli bir şekilde iletişim kurabildiği bir alan olarak ortaya çıkmıştır.

Ancak, gerçek firmaların gerçek ürünleriyle bu sanal alemde yer almalarına karşı da bazı tepkiler de yok değildir. Hemp (2006), makalesinde Second Life isimli sanal dünyadaki insanların gerçek yaşamdaki gerçekliklerden kaçarak yepyeni ve farklı bir dünyada olduklarını hissetmek istediklerini bu nedenle gerçek markalara tepki duyulmasının yadırganmaması gerektiğini belirtmiştir. Ona göre, firmalar oyunlardaki sanal kişilere, yani avatlara uygun ürünler yaparak gerçek para kazanabilirler.

Tüm olumlu görüşlerin yanı sıra, bu yeni tür reklamcılığa karşın bazı tereddütler de görülmektedir. Forrester Araştırma şirketince yapılan bir araştırmaya göre (Kaye, 2006), firmaların pazarlama sorumluları halen kanıtlanmış geleneksel iletişim kanallarını tercih etmekte ve yeni kanallara şüphe ile yaklaşmaktadırlar. Aynı araştırmaya göre, firmaların %50'si blog, %47'si RSS, %43'ü mobil iletişimi (pod cast gibi) ve %28'i ise advergaming'i şu anda kullanıyor ya da kullanmayı planlamaktadırlar. Dolayısıyla, özellikle oyunların içine marka yerleştirilmesi konusunda daha kat edilecek çok yol olduğu söylenebilir.

2.1. Marka Yerleştirme Uygulamaları

Marka yerleştirme uygulamalarının, ister sinema filmlerinde ister dizilerde isterse video oyunlarında olsun, geleneksel reklam kanallarından daha etkili olduğu düşünülmektedir (Karrh, 1998, Avery ve Ferraro, 2000). Bunun başlıca sebeplerinden biri, marka yerleştirme ile kitle iletişiminin avantajı kullanılarak, aynı anda milyonlarca kişiye ulaşılabilmenin mümkün olmasıdır. Ayrıca, yerleştirme uygulaması sayesinde markalar alışılmış reklamlar gibi belirli sürelerde yayınlarda olmamakta, tekrar tekrar izlenen filmlerde ya da tekrar tekrar oynanan oyunlarda izleyicilerin karşısına defalarca çıkmaktadırlar. Bu sayede, marka birçok kez hatırlanmakta ve marka bilinirliği artırılmaktadır.

Bunlara ek olarak, video oyunlarının filmlere oranla pazar bölümlerini daha küçük boyutlarda yapabilmesi ve bu sayede markalar açısından mikro hedeflemeye imkan verebilmesi nedeniyle (Nebenzahl ve Secunda, 1993;

Nelson, 2002) markanın oyunlara yerleştirilmesi daha kk pazar bölümlerinde daha etkili olmalarına imkan sağlamaktadır. Bu nedenle özellikle niş pazarları hedefleyen markaların, kendilerine uygun oyunlarda yer almaları özelikle bilinirliklerinin arttırılmasında önemli rol oynayabilecektir. Ayrıca, ortalama oyun sürelerinin 30 saat ve üzerinde olduğu düşünülürse, tüketicilerle iletişim kurma açısından oyunlara yerleştirilen markaların, filmlere yerleştirilenlerden daha avantajlı olduğu söylenbilir. Ancak, markaların oyunlar içerisinde yer almaları konusunda daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

2.1.1. Marka Yerleştirmenin Etkileri

Günümüzde özellikle televizyondaki reklam kuşakları pek çok kişi tarafından “film ya da dizi başlamadan önce bitirilecek işlerin yapılacağı zaman kuşağı” olarak algılandığı bilinilmektedir. Bu nedenle, reklam kuşaklarında tüketicilere istedikleri oranda ulaşamayan reklamcılar, film, dizi ya da oyunların içerisine markalarını yerleştirmeye yönelmişlerdir. Yapılan çeşitli çalışmalarda da, tüketicilerin aşırıya kaılmadığı takdirde marka yerleştirme uygulamasına karşı olumsuz bir tutum sergilemedikleri görülmüştür (Avery ve Ferraro, 2000). Bu nedenle, ileride de marka yerleştirme uygulamalarının artarak kullanılması beklenmektedir.

Yapılan alışmalar, bir markanın kendine bir filmde ya da dizide yer bulduktan kısa süre sonra satışlarında büyük artışlar yaşandığını göstermiştir. En sık verilen örnekler arasında ise, E.T. filminden sonra satışları %66 oranında artan Hershey okolata markasının Reese’s Pieces isimli ürünü, Top Gun filminden sonra popülerliği artan RayBan marka güneş gözlükleri ile Matrix filmlerinden sonra satışları artan Nokia cep telefonu markaları yer almaktadır (Yang, vd., 2004; Babin ve Carder, 1996). Ancak, bilindiği gibi, reklam yapılırken tek hedef ürünün satışların artması değildir. Markanın bilinirliğinin artması, hatırlatılması ve marka ile olumlu ilişkiler kurulması da diğer önemli amaçlardandır. Buradan hareketle, Ong ve Meri (1994), bazı marka yerleştirme uygulamalarının marka hatırlanırılığı üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında, bu uygulamaların hatırlanma üzerinde önemli gelişmelere neden olduğunu, ancak bazı uygulamaların ise hatırlanırılık seviyesinde hiç değişime yol açmadığını belirtmişlerdir. Dolayısıyla bilinmelidir ki, başarılı örneklere rağmen marka yerleştirmenin her zaman hedefine ulaşacağı garanti edilemez.

3. ARAşTIRMANIN AMACI

Daha önce belirtildiği gibi, marka yerleştirme ile ilgili çalışmalar özellikle son yıllarda yapılmaktadır. Video oyunlarının da sinema ve televizyon endüstrisi kadar büyük bir endüstriye dönüşmüş olması ve reklamcılar açısından

yeni bir mecra olarak görülmeye başlanması da yine son yıllara rastlamaktadır. Ancak, yeni bir reklam aracı olarak görülen marka yerleştirme uygulamalarının sinema ve televizyon dizilerinde kullanımı hakkında pek çok çalışma olmasına rağmen, video oyunlarının akademik çalışmalarda kendine pek fazla yer edemediği görülmüştür. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı, özellikle ulaşılan kişi sayısı açısından sinema filmleri ile yarışabilecek duruma gelen video oyunlarında marka yerleştirme uygulamalarının incelenmesi ve seçilen bir oyunda yerleştirilen markaların hatırlanırılık seviyeleri ile oyuncuların marka yerleştirme uygulamalarına karşı olan tutumlarının belirlenmesidir.

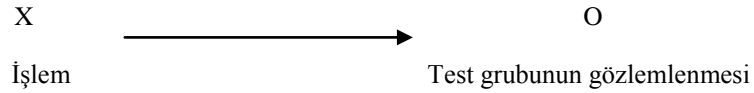
4. ARAŞTIRMA TASARIMI

Araştırmada, örnek video oyununda görülen marka yerleştirme uygulamasının marka hatırlanırılığına olan etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Dolayısıyla bir neden-sonuç ilişkisinden bahsetmek mümkündür. Bu tip nedensel ilişkilerin incelenmesinde ise deneysel tasarımlar öne çıkmakta (Nakip, 2003) ve ön deneysel, gerçek deneysel ya da alan çalışmaları olarak sınıflara ayrılabilir. Deneysel tasarımların en önemli avantajı, araştırmacının incelenen faktörü kontrol edebilmesi ve sonucu etkileyebilecek diğer etmenleri dışarıda tutabilmesidir. Bu nedenle, özellikle gerçek deneysel tasarım kullanılan araştırmaların içsel geçerlilik seviyelerinin yüksek olduğu görülmektedir (Cooper and Schindler, 2006).

Deneysel tasarımların en önemli avantajı, araştırmacının incelenen faktörü kontrol edebilmesi ve sonucu etkileyebilecek diğer etmenleri dışarıda tutabilmesidir. Bu nedenle, özellikle gerçek deneysel tasarım kullanılan araştırmaların içsel geçerlilik seviyelerinin yüksek olduğu görülmektedir (Cooper and Schindler, 2006).

Bu çalışmada ise, ön deneysel tasarım içerisinde yer alan “bir defalık vaka çalışması” kullanılmıştır. Bu tip çalışmalarda, tek bir test grubu X işlemine tabi tutulur ve bu işlemden sonra tek bir ölçüm alınır (Churchill, 1987). Bunun gibi ön deneysel çalışmalar aşağıdaki şekilde gösterilebilmektedir (Şekil 1):

Şekil 1: Bir Defalık Vaka Çalışması



Bu araştırmada ise bağımsız değişken olan “marka hatırlanırılığı” (O), katılımcıların marka yerleştirmenin kullanıldığı oyunu oynamalarından (X) sonra ölçülmüştür.

Bir defalık vaka çalışmalarında karşılaşılan en büyük sorun, kontrol grubunun olmaması ya da test öncesi ölçüm yapılmamasından ötürü karşılaşılan düşük içsel geçerlilik olarak görülmektedir. Ayrıca bu tasarımlarda dışsal değişkenlere karşı da kontrol sağlanamamaktadır (Cooper ve Schindler, 2006, Nakip, 2003). Dolayısıyla bu yöntemin, hipotezlerin geçerliliğini test edecek çalışmalardan çok, hipotez önerecek keşifsel çalışmalarda kullanılması uygun görülmektedir (Churchill, 1987).

5. ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada içerdiği pek çok marka sebebiyle Playstation 2 platformunda GranTourismo 4 oyunu örnek olarak seçilmiştir. Aşağıda zellikleri belirtilen katılımcılardan bu oyunu oynamaları ve oynayanları izlemeleri istenmiş, ardından da kendilerine bir anket uygulanmiş ve buna ek olarak mülakat yapılmıştır.

5.1. GranTourismo 4

Bu çalışmada, içerdiği fazla sayıdaki marka ve oyuncuların arabalarda pek çok modifikasyon yapabilmelerine olanak sağlaması dolayısıyla gerçek hayatla büyük miktarda benzerlik gösteren GranTourismo 4 oyunu kullanılmıştır. Bu oyun PlayStation 2 oyun konsolunda oynanabilmekte ve en fazla satan oyunlardan biri olarak bilinmektedir.

Oyunda çeşitli parkurlar yer almaktadır. Bu parkurların bir kısmı, gerçekte var olan yarış pistlerinin birebir modelleri olmakla birlikte, bazı parkurlar ise sadece oyun için tasarlanmiş parkurlardır. Bu çalışmada gerçek bir parkur olan Suzuka parkuru seçilmiş ve katılımcıların bu parkurda oynamaları sağlanmiştır.

Oyun başlamadan önce, oyuncuların yarışacakları arabaları seçmeleri için bir menü çıkmaktadır. Bu çıkan menüde ülke menēine göre kategorilenmiş 61 marka yer almaktadır (Bkz. Tablo2). Oyunu yapan Polyphony Digital isimli firmanın kendi ülkesinden (Japonya) araba markalarına daha fazla yer veriyor olması dikkat çekici bir nokta olarak görülmektedir.

Tablo-2: Ülke Menşesine Göre Yer Alan Marka Sayısı

Ülke Adı / Marka Sayısı			
İngiltere.....	11	Japonya.....	19
Fransa.....	5	ABD.....	11
Almanya.....	6	Avustralya.....	2
İtalya.....	4	İsveç.....	1
İspanya.....	1	Kore.....	1

Oyuncular, yarışacakları arabaları seçerken her bir otomobilin özellikleri (önden çekişli- arkadan çekişli, motor gücü, tork, vb.) de ekranda görülmektedir. Bunun yanı sıra, oyuncular otomobillerinin vites çeşidini seçebilmekte, lastiklerde ise marka ismi seçemeseler de lastik çeşidini kendi isteklerine uygun olarak ayarlayabilmektedirler. Bu seçimler yapıldıktan sonra ise, tıpkı gerçek yaşamda olduğu gibi otomobillerde modifikasyonlar yapmak için ayrı bir sekme girilmekte ve bu yeni sekmede otomobilin ağırlığının azaltılması, orada verilen 9 markadan birinin tercih edilmesi gibi seçenekler bulunmaktadır. Ayrıca, oyuna gerçeklik katan bir başka özellik de, oyuncuların yarışlara katıldıkça kredi toplamaları ve bu topladıkları kredilere göre yarış otomobillerinde daha da fazla değişiklik yapabilme imkanına sahip olmalarıdır.

Oyunun gerçek yaşamla kurduğu bir diğer bağ da, oyunun içindeki “trade- ticaret” opsiyonu sayesinde olmaktadır. Oyundaki ticaret kısmına girildiğinde, oyuncunun oyunda sahip olduğu otomobilleri bir başkasına gerçek para ile satması mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla, bu durum kişilerin oyunu daha fazla oynayıp, daha iyi otomobillere sahip olmalarını ve dolayısıyla ileride sahip oldukları otomobilleri satacakları zaman daha yüksek bir fiyata satabilmelerine olanak sağlamaktadır. Oyunun daha fazla oynanması, oyuncuların oyunda yer alan markalara daha fazla maruz kalmasına yol açacağından, daha fazla marka kendilerini hatırlatma amacı ile bu oyunda yer almak istemektedir.

5.2. Katılımcılar ve Uygulama

Bu çalışmada, video oyunlarının hedef kitlesi ile örtüşmesi açısından 15 - 35 yaş grubu içerisindeki evrenden seçilen 32 kişilik bir örneklem grubu kullanılmıştır. Katılımcıların ikişer kişilik gruplar halinde her biri yaklaşık 5 dakika süren yarışlardan üçer tane yapmaları ve buna ek olarak bir başka çiftin yarışını tam olarak izlemeleri istenerek oyunu tam olarak anlamaları ve parkurda yer alan markaların hepsini görmeleri sağlanmıştır. Örneklem içinde yer alan 32 kişinin özellikleri aşağıda verilmektedir (Tablo 3):

Tablo-3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş	16-20	21-23	24-26	27-29	30-35
	5	7	8	9	3
Eğitim	Lise	Lisans (Öğrenci)	Lisans (Mezun)	Y.Lisans (Öğrenci)	Y.Lisans (mezun)
	3	6	10	4	9
Kaç senedir video oyunu oynuyor?		10 yıldan fazla	10-5 yıl arası	Son 5 yıldır	Bir yıldır
		8	15	9	-
Video oyunu oynama sıklığı	Her gün	Haftada 2-3 kez	Haftada 1	Düzenli değil	Çok nadir
	3	10	4	8	7
Haftada ortalama video oyunu oynama süresi	20 saatin üzerinde	20-15 saat arası	15-10 saat arası	5-10 saat arası	5 saatten az
	3	4	7	11	7
En fazla tercih edilen oyun türü	FPS/ Savaş Oyunları	Racing Oyunları	Basketbol/ Futbol Oyunları	Strateji oyunları	FRP
	10	7	7	2	6
Video oyunlarında tercih edilen platform	Oyun Konsolları (PlayStation, Xbox)			Bilgisayar	
	18			14	
Cinsiyet	Kadın			Erkek	
	10			22	
Yaş	16-20	21-23	24-26	27-29	30-35
	1	2	7	9	2
Eğitim	Lise	Lisans (Öğrenci)	Lisans (Mezun)	Y.Lisans (Öğrenci)	Y.Lisans (mezun)
	1	1	10	2	7
Kaç senedir video oyunu oynuyor?		10 yıldan fazla	10-5 yıl arası	Son 5 yıldır	Bir yıldır
		7	9	5	-
Video oyunu oynama sıklığı	Her gün	Haftada 2-3 kez	Haftada 1	Düzenli değil	Çok nadir
	2	6	2	5	6
Haftada ortalama video oyunu oynama süresi	20 saatin üzerinde	20-15 saat arası	15-10 saat arası	5-10 saat arası	5 saatten az
	2	2	4	8	6
En fazla tercih edilen oyun türü	FPS/ Savaş Oyunları	Racing Oyunları	Basketbol/ Futbol Oyunları	Strateji oyunları	FRP
	7	4	3	2	5
Video oyunlarında tercih edilen platform	Oyun Konsolları (PlayStation, Xbox)			Bilgisayar	
	15			6	
Cinsiyet	Kadın			Erkek	
	8			13	

Katılımcıların etkilenememeleri için, onlar oyun oynamadan önce çalışmayla ilgili herhangi bir bilgi verilmemiştir. Her katılımcı, yaklaşık olarak 15-20 dakika boyunca oyunda kalmış ve bu sürede herhangi bir müdahalede bulunulmamıştır. Oyunlar bittikten sonra katılımcılara yukarıdaki tabloda (Bkz. Tablo 3) sonuçları özet halinde verilmiş olan ne kadar süredir bilgisayar oyunu oynadıkları, haftalık ortalama oyun süreleri, en fazla tercih edilen oyun türü ve benzeri bilgiler ile, oyunlarda yer alan marka yerleştirme uygulamalarına karşı tutumun belirlenmeye çalışıldığı soruların olduğu form verilmiştir.

Tutum ölçümü sırasında öncelikle katılımcılara “Oyunlarda yer alan marka yerleştirmeler ya da reklamlar hakkında genel görüşünüz nedir?” sorusu sorulmuştur. Bilindiği gibi, tutum ölçümünde en fazla kullanılan ölçekler Likert ya da Semantik ölçeklerdir. İki uçlu semantik ölçeklerin katılımcılar tarafından daha anlaşılabilir bulunması dolayısıyla bu çalışmada tutum ölçümü yukarıdaki soruya semantik 3 şık eklenmesi ile yapılmaya çalışılmıştır. İlk şık “Aldatıcı (Yanıltıcı) – Yanıltıcı Olmayan”, ikincisi “Oyun gerçekliğine etkisi yok - Oyuna gerçeklik katıyor” ve üçüncüsü ise “Oyun oynama zevkini azaltıyor- Oyun oynama zevkine zarar vermiyor” şeklinde yazılmıştır. Her üç şık için de yedili ölçek kullanılmıştır. Ayrıca ürün yerleştirmelere yönelik genel tutumun anlaşılabilmesi açısından katılımcılara ürün yerleştirmenin en uygun ve en uygunsuz görüldüğü oyun türlerini ve nedenlerini açıklamaları istenmiştir. Bu açık uçlu soru, katılımcılara ayrıca sözlü biçimde de yöneltilmiş ve dörtlü gruplar halinde tartışmaları istenmiştir.

Bunlara ek olarak, soru formunda yer alan bir başka soru, az önce oynadıkları oyunda gördükleri markalardan akıllarında kalanları yazmaları şeklindedir. Bu sorunun arka sayfasında ise, pek çok marka ardı ardına yazılmış ve bu markalardan hangilerinin az önce oynadıkları oyunda kullanıldığını işaretlemeleri istenmiştir. Bu sayede, az önce serbest hatırlama sırasında akla gelmeyen markaların da hatırlanma seviyelerinin sorgulanması ve aynı zamanda oyunda yer almayan markaların, diğerlerinden belirgin bir şekilde ayırt edilip edilmediğinin belirlenmesi mümkün olmaktadır.

6. BULGULAR

6.1. Marka Yerleştirmeye Karşı Tutum

Bu çalışmadaki ilk araştırma sorusu olan “oyunlara marka yerleştirmeye karşı tutum”, daha önce belirtildiği gibi, yedili ölçekle ölçülen toplam 3 sorudan oluşmaktadır. Her üç soruya da bakıldığında, genel olarak ürün yerleştirmeye karşı çok belirgin bir şekilde olmasa da olumlu bir tutum sergilendiği görülmektedir (3 sorunun ortalaması: 4.86, standart sapma: 1.11). Sorulara ayrı

ayrı bakıldığında ise, katılımcılar en fazla ‐oyuna gerçeklik katma‐ boyutunda olumlu görüş belirtmişler (ort. 5.25, st. Sapma: 0.98), en az ise ‐Yanıltıcı olmama‐ grşine destek vermişlerdir (ort. 4.53, st. Sapma: 1,29). Oyun oynama zevkine zarar vermeme şikkının ise 4.80’lik ortalamaya ve 1,06’lik standart sapmaya sahip olduğu görülmüştür (Bknz Tablo 4). Dolayısıyla, oyunlara markalı ürün yerleştirme uygulamasının oyuncularını rahatsız etmediği, oyun oynama zevkini bozmadığı, aksine oyuna gerçeklik kattığı düşünüldüğü için oyuncular tarafından beğenildiği söylemek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle, markaların kendilerini hatırlatmaları için klasik mecralara alternatif olan ‐video oyunları mecralarını‐ kullanmaları daha avantajlıdır denebilir.

Tablo-4: Marka Yerleştirme Uygulamasına Karşı Tutum

	Aldatıcı/Yanıltıcı Olmak	Oyuna gerçeklik katma	Oyun oynama zevkine zarar vermeme
Boyutlar	1: Aldatıcı 4: Fikrim Yok 7: Aldatıcı değil	1: Oyun gerçekliğini bozuyor 4: Fikrim Yok 7: Oyuna gerçeklik katıyor	1: Oyun oynama zevkini azaltıyor 4: Fikrim Yok 7: Oyun oynama zevkini arttırıyor
Ortalama	4,53	5,25	4,80
Standart sapma	1,29	0,98	1,06

6.2. Hatırlanan Markalar

Uygulama, pek çok marka içermesi dolayısıyla PS2 platformunda ‐GranTourismo 4‐ isimli oyun üzerinde yapılmıştır. Bu oyunda toplam 61 otomobil markası ve seçilen Suzuka parkurunda yer alan billboardlarda ise oyunlarda yer alan otomobillerden farklı 51 adet marka ismi görülmektedir. Dolayısıyla, katılımcılar bu çalışmada toplam 112 adet marka ismine maruz kalmışlardır. Hatırladıkları marka isimlerini yazmaları istediğinde tüm katılımcıların ilk sırada kendi kullandıkları otomobil markalarını, daha sonra ise diğer otomobil markalarını yazdıkları görülmüştür. Billboardlarda yer alan markalar ise, tüm katılımcılar tarafından hatırlanmadıkları gibi, bu markaları hatırlayanlar da, bu markaları listelerinin sonlarına yazmışlardır. Dolayısıyla, ilk sonuç olarak, bu çalışmada da önceki benzer çalışmalara paralel olarak, kişilerin oyunlarda kendi kullandıkları nesnelerin (bu oyunda otomobiller) markalarını öncelikli olarak hatırladıkları bulunmuştur.

Ortalama hatırlanan marka sayısı ise 22 olarak görülürken, bu sayı toplam 61 adet otomobil markasından 18; diğer 51 adet markadan ise 4 olarak görülmektedir. Ancak, daha sonra yapılan marka bilinirlik testine göre, zaten bu 51 adet markadan sadece 16 tanesinin katılımcılar tarafından bilindiği, ya da tanıdık geldiği görülmüştür. Dolayısıyla, hatırlanırılık testinde, 51 marka üzerinden değil, 16 marka üzerinden 4 tanesinin hatırlanması olarak düşünülmesi belki daha gerçekçi olabilecektir.

Marka hatırlamayla ilgili olarak yapılan ikinci bölümde ise, katılımcılara oyunda yer alan markaların yanı sıra, oyunda yer almayan ve şaşırtma amacıyla listeye alınmış bazı markalar da listelenmiş ve katılımcılardan bu markalardan oyunda gördüklerini işaretlemeleri istenmiştir. Bu şekilde yapılan hatırlama testinde, ilk seferde hiç yardımsız olarak 22 tanesi hatırlanan markalarından 32 tanesinin hatırlandığı ve bunlara ek olarak, oyunda yer almamasına rağmen şaşırtma amaçlı konan 6 markadan da ikisinin katılımcılar tarafından oyunda yer aldığı hatırlandığı görülmüştür. Dolayısıyla, katılımcıların bu ikinci hatırlama testine verdikleri cevaplara şüphe ile yaklaşmakta fayda olabilir.

6.3. Genel Görüşler

Katılımcılara anketin yanı sıra, oyun hakkındaki düşünceleri ve oyunda yer alan markalar ile genel olarak dikkatlerini çeken veya eklemek istedikleri noktalar olup olmadığı da mülakat sırasında sorulmuştur. Farklı oturumlarda 3 ayrı kişi eğer oyun fiyatlarını ucuzlatacaksa, her oyuna markaların yerleştirilebileceğini, bunun onları rahatsız etmeyeceğini söylemiştir. Aynı ortamdaki diğer katılımcılar da bu fikre katılmışlar ve markaların oyunun amacının önüne geçmediği sürece oyunlarda yer almasına karşı olmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların ayrıca fikir beyan ettikleri bir konu da, oyunlarda yer alan markaların kendilerini normal reklam kuşaklarında hissettikleri gibi “zorlanmış, ısrar edilmiş” hissettirmedeği yolundadır. Bu nedenle, katılımcılar, çok abartıya kaçılmaması koşuluyla, oyunlardaki markalardan rahatsız olmamakta, hatta bazı katılımcılara göre “oyunculara yakın olduğu için daha sempatik” görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Klasik yöntemlerle tüketicilere yeterince ulaşamayan reklamcılar, yeni medya kanallarının gelişimiyle her gün kendilerine yeni mecralar yaratmaktadırlar. 1960larda sinema filmleriyle başlayan marka yerleştirme uygulamaları, günümüzde sinema ve televizyon endüstrisindeki popülaritesini arttırmakla kalmayıp, o endüstrilerden daha büyüğü olma yolunda olan video

oyun endüstrisinde de görölmeye başlanmıştır. 1992 verileri ile yıllık 50 milyon dolarlık bir piyasa haline gelen marka yerleştirme uygulamaları, insanların televizyon, video oyunları, internet ve benzeri yeni medya araçlarına daha fazla maruz kaldıkları her gün önemini arttırmaktadır (Karrh, 1998).

Bu çalışmada, özellikle 15-35 yaş arası gençlerin televizyondan kaçıp, onun yerine video oyunu oynamayı tercih etmeleri ve video oyunu endüstrisinin büyük bir hızla sinema ve televizyon endüstrileri kadar büyümüş olması göz önüne alınmış ve bu nedenle video oyunlarına marka yerleştirme uygulamalarının etkisi ile katılımcıların bu tip uygulamalara karşı tutumları incelenmiştir.

Araştırma bulgularına göre, marka yerleştirmeye karşı olumlu bir tutum vardır ve katılımcılar marka yerleştirmeyi klasik reklam kuşaklarına göre daha az yanıltıcı bulmaktadırlar. Ayrıca, katılımcılarla yapılan mülakatta, oyunların içinde yer alan markaların oyunculara daha sempatik geldiği sonucuna varılmıştır.

Ancak, çok satan pek çok oyunun şiddet içerdiği de unutulmaması gereken bir gerçektir. Dolayısıyla, oyunlarda görölmek ne kadar fazla satış vaat ediyor olsa da, bazı markalar o oyunlarda yer almaya karşı isteksiz olabilirler. Bu nedenle, markalar yer alacakları platformları seçerlerken, etik konuları da göz önünde bulundurmalı ve markanın imajına zarar vermeyecek mecralarda yer almalıdırlar.

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı kısıtları vardır. İlk olarak, örneklem sayısının artırılması gerektiği söylenebilir. Ayrıca, bu çalışmadaki katılımcıların eğitim seviyeleri, yaşları, ekonomik durumları gibi demografik özellikleri de fazla homojen olduğundan, çalışmanın geçerliliği açısından tehdit oluşturmaktadır.

Bunlara ek olarak, bulgular bölümünde belirtildiği gibi, yer alan markaların bazıları Türkiye’de bilinmeyen markalardır ve bu nedenle de, o markaların hatırlanmasını beklemek gerçekçi olamaz. Bu çerçeveden bakıldığında, Türk katılımcılarla yapılacak bir diğer çalışmada, Türkler tarafından bilinen markaların daha fazla yer aldığı oyunların kullanılmasının daha uygun olabileceği düşünölmektedir.

Ayrıca, oyundan hemen sonra yapılan marka hatırlanırılık testine ek olarak, aradan bir süre geçtikten sonra testin bir kez daha uygulanması ve geçen zamanın marka hatırlanırılığına ne kadar etkisi olduğunun incelenmesi de ileride yapılabilecek bir çalışma olarak düşünölmelidir.

Daha önce de vurgulandığı gibi, video oyun endüstrisinin önümüzdeki yıllarda dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelmesi beklenmektedir. Oyuncuların da, fazla aşırıya kaçılmadığı sürece, oyunların içinde yer alan markalara karşı olumlu tutum sergiledikleri ve hatta bazı kişilerin sırf oyunlarda yer alıyor diye oyunlarda gördükleri markalara karşı bir sempati oluşturarak marka bağımlılığına ilk adımları attıkları göz önünde bulundurulursa, marka yerleştirme uygulamalarının kullanımının artmasını beklemek şaşırtıcı olmayacaktır. Ancak, tüm olumlu yönlerine rağmen, marka yerleştirmelerle ilgili etik tartışmaların akılda tutulması ve markanın yerleştirileceği oyun ile markanın imajı arasındaki bağın dikkatlice incelenmesi gerektiği de unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Arpacı, T., D. Y. Ayhan, E. Böge, D. Tuncer, M. M. Üner (1994) **Pazarlama**, Ankara: Gazi Yayınları.
- Auty, S. and C. Lewis (2004), Exploring Children's Choice: The Reminder Effect of Product Placement, **Psychology & Marketing**, 21(9), 699-716.
- Avery, R. J. and R. Ferraro (2000) "Verisimilitude or Advertising? Brand Appearance on Prime-time Television", **Journal of Consumer Affairs**, 34, 217-244.
- Babin, L. and S. T. Carder (1996) "Viewers' Recognition of Brands Placed Within a Film", **International Journal of Advertising**, 15(2), 140-151.
- Baker M. J. and H. A. Crawford (1996) "Product Placement", **Proceedings of the Marketing Educators' Conference**.
- Baker, M. J. and H. A. Crawford (1995) **Product Placement**, (Unpublished Working Paper), Department of Marketing, University of Strathclyde, Scotland.
- Balasubramanian, S. K, J. Karrh and H. Patwardhan (2006) "Audience Response to Product Placements", **Journal of Advertisement**, 35(3), 115-141.
- Berger, W. (2003) "That's Advertainment!", **Business 2.0**, 2, Mart, 90-95.
- Churchill, G. A. Jr (1987) **Marketing Research Methodological Foundations**, (4th ed.), Chicago: Dryden International.
- Cooper, D. R, and P. S. Schindler (2006) **Business Research Methods**, New York: McGraw-Hill.

- DeLorme, D., L. Reid and M. Zimmer (1994) "Brands in Films: Young Moviegoers' Experiences and Interpretations", **Proceedings of American Academy of Advertising**.
- Ferraro, R. and R. J. Avery (2000) "Brand Appearance on Prime-time Television, **Journal of Current Issues and Research in Advertising**, 22, 1-15.
- Gould, S.J and P. B. Gupta (2006) "Come On Down- How Consumers View Game Shows and the Products Placed in Them", **Journal of Advertising**, 35(1), 65-81.
- Gupta, P. B. and S. J. Gould (1997) "Consumers' Perceptions of the Ethics and Acceptability of Product Placements in Movies: Product Category and Individual Differences", **Journal of Current Issues and Research in Advertising**, 14, 37-50.
- Gürel, E ve J. Alem (2005) "Kurgusal Ürün Yerleştirme", **İletişim- Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 20, 133-155.
- Hemp, P. (2006) "Avatar- Based Marketing", **Harvard Business Review**, June, 57.
- Hepdinçler, A. (2006), "Fotoğraf Ajansları Ekseninde 1950'li Yıllardan Günümüze, Dönüşen Fotoğraf Üretimi, Dağıtımı ve Mülkiyet İlişkileri-1", <http://www.fotomuhabiri.com/fotokultur/tolga01.html> (15/07/2006)
- Hobson, N. (2006), "The Marketing potential of Second Life", <http://www.webpronews.com/blogtalk/blogtalk/wpn-58-20060626TheMarketingPotentialofSecondLife.html> (26/07/2006)
- Karrh, J. (1994) "Effects of Brand Placement in Motion Pictures", **Proceedings of the American Academy of Advertising Conference**, 90-96.
- Karrh, J. (1995) "Brand Placements in Feature Films: The Practitioners' View", **Proceedings of the American Academy of Advertising Conference**, 182-188.
- Karrh, J. A (1998) "Brand Placement: A Review", **Journal of Current Issues and Research in Advertising**, 20(2), 31-49.
- Kaye, K. (2006) "Report Shows Marketers Stick with Proven Interactive Media", <http://www.clickz.com/news/article.php/3603336> (25/07/2006).
- Kotler, P. (2000) **Marketing Management**, Prentice Hall, Inc.
- Nakip, M. (2003) **Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamaları**, Ankara: Seçkin .

- Nebenzahl, I. D. and S. Eugene (1993) "Consumers' Attitudes Toward Product Placement in Movies", **International Journal of Advertising**, 12(1), 1-11.
- Nelson, M. R (2002) "Recall of Brand Placements in Computer/Video Games", **Journal of Advertising Research**, March/April, 80-92.
- Obermiller, C., E. Spangenberg ve D.L. MacLachlan (2005) **Journal of Advertising**, 34(3), 7-17.
- Ong, B. S. and D. Meri (1994), "Should Product Placement in Movies Be Banned?" **Journal of Promotion Management**, 2(3/4), 159-175.
- Saberwahl S., J. Pokrywczynski and R. Griffin (1994) "Brand Recall for Product Placements in Motion Pictures: A Memory-Based Perspective", **Proceedings of the Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference**, Atlanta.
- Sarıyer, N. (2005) "Televizyon Dizilerinde Marka Yerleştirme Stratejileri Üzerine Bir Araştırma", **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 10, 217-237.
- Savaş Gün, F. (1999) **Bütünleşik Pazarlama İletişiminde Elektronik Reklamcılık ve Uygulamaları**, İstanbul: Tüm Ofset Matbaacılık.
- Snatchfold, D. (2005) "Rules of Engagement", **Admap**, 464, Eylül, 48-50.
- Vollmers, S. M. (1995) **The Impact on Children of Brand and Product Placements in Films**, (Yayınlanmamış Doktora tezi), Florida State University, Tallahassee. (Auty, S ve Lewis, C. (2004) den alındı).
- Yang, M. and B. Roskos-Ewoldsen (2004) "Mental Models for Brand Placement", *The Psychology of Entertainment Media*, L.J.Shrum (ed.), London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 79-96.
- Zimmer, M. R. and D. DeLorme (1997) "The Effects of Brand Placement Type and A Disclaimer on Memory For Brand Placements in Movies", **Association for Education in Journalism and Mass Communication Conference**, Chicago.
- http://blogs.mercurynews.com/aei/2005/10/double_fusion_a.html (Erişim: 18/07/2006)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Advergaming> (2) (Erişim: 18/07/2006)
- http://en.wikipedia.org/wiki/Avatar_%28disambiguation%29 (1) (Erişim: 25/07/2006)
- http://www.micropersuasion.com/2006/06/retailer_opens_.html (1) (Erişim: 25/07/2006)
- <http://www.micropersuasion.com/advergaming/index.html> (2) (Erişim: 25/07/2006)
- <http://www.newmediabrew.com/terminology.htm> (Erişim: 26/07/2006)
- <http://www.wired.com/news/technology/0,70153-0.html> (Erişim: 26/07/2006)

DUYGUSAL ÖRGÜTSEL BAĞLILIK GELİŞİMİNDE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK VE ÖRGÜT TEMELLİ ÖZ-SAYGI

Semra GÜNEY*
Çisil AKALIN**
Arzu İLSEV***

Öz

Örgüt-işgören ilişkileri, 21. yüzyılın rekabet dünyasında giderek daha büyük anlam ve önem kazanan bir faydalar değiş-tokuşudur. Algılanan örgütsel destek, işgörenlerin, çalıştıkları örgütün katkılarına ne derece değer verdiğine ve refahlarını ne derece önemseydiğine dair geliştirdikleri inançlardır. Çabalarının ödüllendirildiğini ve duygusal ihtiyaçlarının örgüt tarafından içtenlikle giderildiğini hisseden işgörenler, bu olumlu muameleye, örgütün faaliyetlerine katılımlarını, örgütün hedeflerine ulaşmasına dair istekliliklerini ve örgütte kalma arzularını arttıran bir ait olma ve özdeşleşme hissi ile, yani, duygusal bağlılık ile karşılık vereceklerdir. İşgörenlerin iş ve örgütsel deneyimler doğrultusunda gelişen öz-saygı düzeylerinin, bu tarz bir örgüt-işgören değiş-tokuşunu etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu araştırmanın genel amacı, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılık gelişimini etkileyip etkilemediğini ve bu etkinin gücünü belirlemede örgüt-temelli öz-saygının düzenleyici bir rol oynayıp oynamadığını ortaya koymaktır. Araştırma, Bursa'da bir devlet hastanesi ve üç özel hastanede çalışan 205 doktor ve hemşire üzerinde yapılmıştır. Ölçümlerde, Eisenberger ve arkadaşlarına ait Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğinin kısa versiyonu (1997); Pierce ve arkadaşlarının Örgüt-Temelli Öz-Saygı Ölçeği (1989) ve Meyer, Allen ve Smith'in Duygusal Örgütsel Bağlılık Anketi (1993) kullanılmıştır. Çalışmada, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir olumlu etkiye sahip olduğu ortaya çıkmış; örgüt-temelli öz-saygının bu ilişkide herhangi bir düzenleyici etkisine rastlanamamışsa da, onun da duygusal örgütsel bağlılık üzerinde olumlu etkisi görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Algılanan örgütsel destek, duygusal örgütsel bağlılık, örgüt-temelli öz-saygı.

* Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, Beytepe/ANKARA, tan@hacettepe.edu.tr

** Bilim Uzmanı, Borçelik Çelik Sanayi Tic. A.Ş., BURSA, cisilcik@yahoo.com

*** Öğr. Gör. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, Beytepe/ANKARA, ailsev@hotmail.com

Abstract

Perceived Organizational Support in the Formation of Affective Commitment and Organization-Based Self-Esteem as an Intermediary Variable

Perceived organizational support is the belief that employees form concerning the extent to which the organization values their contributions and cares about their well-being. When employees feel that their organization is ready to reward their efforts and fulfill their socioemotional needs, they reciprocate this favorable treatment with affective commitment. An individual's self-esteem, formed around work and organizational experiences, is expected to influence such an organization-employee exchange. The main goal of this study is to investigate the relationship between perceived organizational support and affective organizational commitment as well as the moderating role of organization-based self-esteem in this relationship. Participants of the research were 205 doctors and nurses from one public and three private hospitals in Bursa. The short version of Survey of Perceived Organizational Support (Eisenberger et al., 1997), Organization-Based Self-Esteem Scale (Pierce et al., 1989) and Affective Commitment Scale (Meyer, Allen & Smith, 1993) were used for measurement. The study provides evidence that perceived organizational support has a significant positive effect on affective commitment. Organization-based self-esteem was also found to have a positive impact on affective commitment, although its expected moderator role was not supported.

Keywords: Perceived organizational support, affective commitment, organization-based self-esteem,

GİRİŞ

Bilindiği gibi sosyal sistemlerin varlıklarını sürdürme ve verimli faaliyetlerde bulunma şeklinde ifade edilebilecek görevleri mevcuttur. Örgütlerin yüksek etkililik düzeylerinde faaliyette bulunmasını sağlayacak faktörleri, en modern araç-gereçlere ve en iyi makinelere sahip olmak, girdi kaynakları ile çıktılarını sunacakları pazar arasında stratejik olarak iyi bir yerde konumlanmış olmak, faaliyetleri, amaç başarımını sağlamak üzere, alışılmışın dışında, çok uygun bir rol sistemi dahilinde organize etmiş olmak, ve/veya, belki de en önemlisi, motivasyonları çok yüksek, psikolojik durumları çok olumlu olan örgüt çalışanlarına sahip olmak şeklinde örneklendirmek mümkündür. Bu sayılan olumlu faktörlere rağmen, bir fabrikanın işgörenlerinin çalışmayı bırakmasının yaratacağı olumsuzluk ise yok sayılamayacak kadar önemlidir. Başka bir ifadeyle, örgütlerde insan unsuru, yeri hiçbir diğer faktörle doldurulamayacak derecede hayati öneme sahip bir varlığı temsil etmektedir.

Öyleyse, bir örgütte, insan kaynaklarını örgütsel rollerini yerine getirmek konusunda motive eden faktörleri bulmak ve bunları geliştirmek, örgütsel etkililik ve verimlilik açısından büyük önem taşımaktadır.

Örgütsel hedeflere etkili ve verimli bir biçimde ulaşılmasında gerekli ve önemli olan davranışsal kategoriler; insanların örgüte katılması ve örgütte kalması; kendilerine verilen rolleri güvenilir biçimde yerine getirmesi ve arada sırada, rol gereklerinin de ötesinde, yenilikçi ve işbirlikçi davranışlarda bulunmaları olarak tanımlanabilir (Katz ve Kahn, 1966).

İşgörenlerin çalıştıkları örgüte duydukları bağlılık her örgüt tipi için çok önemli bir gerekliliktir. 1950'lerin, "çalıştığın işletmeye sadık olursan, bu işletme de sana sadık olacaktır" anlayışı, 1980'lere gelindiğinde yerini, yöneticilerinin ve değerli çalışanlarının %50'sinin işe alımdan sonra en geç 5 yıl içinde ayrılmasına seyirci kalan örgütlere bırakmıştır (Mowday ve ark., 1982). Dolayısıyla örgütler, işgörenlerinin bağlılığı, işgücü devri ve devamsızlık gibi konulara daha fazla önem verir hale gelirken; işgörenler de örgütlerinden refahlarını önemsemelerini ve kendilerine sadakat göstermesini beklemeye başlamışlardır.

İşgörenin bireysel bakış açısı ile bir örgüte katılmak ve o örgütte uzun süre çalışmak, gündelik ihtiyaçların ve belirli bir yaşam standardının sağlanabilmesi için sürekli bir ekonomik ödül kaynağı ve gelecek için de belli bir derecede ekonomik güvence olarak algılanmaktadır. Bunun yanı sıra, bir işgören açısından bir örgüte üye olmak, içsel tatmin, bir arkadaş ve hatta bir aile ortamı sağlama gibi birtakım psikolojik ödüller de sunmaktadır. O halde bir işgören, örgüte kendini adadığı ölçüde örgütten ekonomik ve psikolojik ödüller almayı sürdürecektir. Benzer şekilde, bu ödüllerini aldığı sürece de örgüte maddi ve manevi anlamda daha çok bağlanacaktır.

Örgütsel hedeflere ulaşılmasında arzu edilir önemli bir işgören tutumu olan duygusal örgütsel bağlılık, bireyin çalıştığı örgütle özdeşleşmesinin ve bu örgüte olan ilgi ve bağlılığının görece gücüdür. (Mowday, Steers ve Porter, 1979) Örgütsel hedeflerle bütünleşme, örgüt lehine çaba harcamayı arzu etmek ve örgütte uzun süre çalışmayı istemek şeklinde kendisini gösterebilir. İşgörenlerin örgütlerine karşı duygusal bağlılıklarının gelişmesi, örgütün kendilerine karşı davranışlarına ve hatta işgörenlerin bu davranışları algılama biçimine bağlıdır. Bu anlamda, işgörenlerin, örgütlerinden algıladıkları destek ölçüsünde, örgütlerine daha fazla duygusal bağlılık göstermeleri beklenebilecek bir durumdur.

Çalışanların örgüte duygusal bağı, kendini adama ve sadakatin önemli bir belirleyicidir. Duygusal bağlılığı olan çalışanlar, örgütün faaliyetlerine

katılımlarını, örgütün hedeflerine ulaşmasına dair istekliliklerini ve örgütle kalma arzularını arttıran bir ait olma ve özdeşleşme hissine sahip olarak görülürler (Meyer ve Allen, 1991; Mowday, Porter, ve Steers, 1982).

Bu alanda yapılan araştırmalar duygusal örgütsel bağlılık ile artan iş başarımı, artan örgütsel vatandaşlık davranışı, artan devam oranı, azalan işgücü devri gibi olumlu ve arzu edilir iş sonuçları arasındaki ilişkileri ortaya koymuştur. Örgüte duyduğu duygusal bağlılığı artan işgörenler, sonuçta örgütün tamamına faydası olacak bireysel ve toplumsal davranışlar geliştirmektedirler. Mowday ve arkadaşları (1982), övülme ve onaylanma ihtiyaçlarının tatmininin, duygusal bağlılığı etkileyen en önemli faktörlerden olduğunu öne sürmüştür. Örgütsel üyeliğin ve rol statüsünün, kişinin öz-kimliğine dahil edilmesi sürecini konu alan duygusal bağlılık, daha fazla katılmanın beklenen değerini şu yollarla arttıracaktır (Eisenberger vd., 1986):

- (a) Duygusal bağlılık, işgörenin, örgütün kazançları ve kayıplarını, kendisininmiş gibi yorumlaması eğilimini arttırır.
- (b) Duygusal bağlılık, örgütün hareketlerini ve niteliklerini yargılamak, olumlu bir taraflılık yaratır.
- (c) Duygusal bağlılık, örgütün değerlerinin ve normlarının içselleştirilme derecesini arttırır.

Bir örgüt, tipik olarak, çalışanlarının yaptıkları veya yapamadıklarına karşılık ödüller veya cezalar sağlar, ve çalışanlar da alınan ödüllere veya kaçınılan cezalara karşılık kendilerini örgütlerine adanır. Bu anlamda duygusal bağlılığın büyük ölçüde, ödüllerin veya cezaların sonucu olduğunu ifade etmek mümkündür. Ko, Price ve Mueller (1997), çalışmalarında, duygusal bağlılığı etkileyen faktörler olarak 14 ödül ve ceza tipini ele almışlardır. Parantezlerin içi, beklenen ilişki türünü göstermektedir:

İş özerkliği (+), rutinleştirme (-), rol belirsizliği (-), rol çatışması (-), iş yükü (-), kaynakların yetersizliği (-), amir desteği (+), çalışma arkadaşı desteği (+), dağıtıcı adalet (+), kanuna uygunluk (+), terfi şansı (+), iş güvenliği (+), iş tehlikeleri (-) ve ödeme (+) (Mathieu ve Zajac, 1990; Meyer ve Allen, 1991).

Örgütsel konuları ele alırken göz ardı edilemeyecek bir nokta, bireysel farklılıklardır. Bireylerin örgütsel etkilere cevap veriş biçimi kişisel farklılıklar nedeniyle farklı olabilmektedir. Örneğin öz-saygı, bireylerin çevreleriyle etkileşiminde önemli bir faktördür (Brockner, 1988). Diğer bir deyişle, öz-saygı, işgörenlerin birtakım örgütsel etkilere karşı gösterecekleri tutumu etkilediği düşünülen bir psikolojik değişkendir (Pierce vd., 1993). Bireysel

farklılıkların yöneticiler tarafından doğru kullanılması, bir örgütü hedeflerine ulaşmaya götürecektir önemli bir yoldur.

Öze ilişkin değerlendirmeler, bir ölçüde diğerlerinin fikirlerine, bir ölçüde de belirli tecrübelerle dayanmaktadır. Kendimizin farklı yönleriyle ilişkilendirdiğimiz öz-saygı düzeyleri farklı olabilmektedir. Örneğin bir kişi, insan ilişkilerinde çok iyi, matematikte orta düzeyde ve dansa çok kötü olabilir. *Evrensel öz-saygı*, bu tarz özgül öz-değerlendirmeler yığına dayanır (Baron ve Byrne, 2000). Ancak bu tarz özgül öz-değerlendirmeler, başarıya ve başarısızlığa karşı bilişsel tepkileri bildirirken, duygusal öz-saygı, duygusal tepkileri belirtir (Dutton ve Brown 1997). Literatürde öz-saygı, birbirleri ile ilişkili farklı biçimleri ile ele alınmıştır:

Evrensel öz-saygı, öz-değerin toplam değerlendirmesidir. Zaman içinde durağan olması ve kişinin davranışlarının pek çok yönüne şekil vermesi açısından bir kişilik özelliği olarak düşünülür (Brockner, 1988; Ganster ve Schaubroeck, 1991; Rosenberg, 1965). Evrensel öz-saygının duygusal (hoşlanma / hoşlanmama) bir bileşeni vardır. Öz-saygısı yüksek insanlar kim ve ne olduklarından hoşnutlardır (Pelham ve Swann, 1989). Böylece, evrensel öz-saygısı yüksek bireyler, “diğerleriyle eşit bir düzlemde, değeri olan bir insanım”, “kendimden hoşnudum” gibi ifadelerle katılırlar (Rosenberg, 1965). Evrensel öz-saygı pek çok farklı güçten etkilenmektedir. Bu güçleri kişinin tabii tutulduğu çevresel yapılardan gönderilen açık sinyaller, kişinin sosyal çevresindeki “önemli diğerleri”nden gönderilen mesajlar ve bireyin kendi doğrudan ve kişisel tecrübelerinden kaynaklanan etkililik ve yeterlilik hissi olarak ifade etmek mümkündür (Brockner, 1988; Korman, 1970: 1976):

Role özgü öz-saygı (role-specific self-esteem), yaşamın pek çok rolünden birinden (anne-baba, öğrenci, eş, vb.) doğan öz değerlendirmedir.

Göreve veya duruma özgü öz-saygı (task / situation-specific self-esteem) ise, belirli bir durumdaki davranıştan sonuçlanan ve kişinin yerine getirdiği bir görevdeki yeterliliğini temsil eden öz değerlendirmedir (Pierce ve Gardner, 2004).

Yani öz-saygı, öncelikle, evrensel öz-saygı (bireyin genel olarak öz-değer değerlendirmesi), role özgü öz-saygı (belirli bir pozisyondaki görevden doğan değer) ve göreve özgü öz-saygı (öz-yeterliliğe dayanan değer) olarak ayrılmaktadır. Daha sonra da, örgüt-temelli öz-saygı kavramı, yani, çalışanın örgütsel kurulum içinde kendini önemli, anlamlı, etkili ve değerli olarak algılama derecesi literatürde yer bulmuştur. Pierce, Gardner, Cummings ve Dunham (1989), örgüt-temelli öz-saygı kavramına neden gerek duyulduğunu şöyle açıklamıştır:

- (1) Evrensel öz-saygı, örgütsel araştırmalarda, diğer değişkenlerin ölçümleri ile belirli ilişkileri ortaya koymakta sıklıkla başarısız olmaktadır.
- (2) Evrensel öz-saygı ölçüleri iyi geliştirilmişse de, bir görev veya örgütsel kapsamda geçerli öz-saygı ölçümleri çok azdır.
- (3) Öz-saygı, kendisiyle birlikte çalışılan diğer değişkenlerin analiz düzeyine benzer bir analiz düzeyinde ölçülmelidir. (örgüte özgü öz-saygı, örgütsel bağlılık gibi örgüte ilişkin olguları, göreve ilişkin veya global öz-saygıdan çok daha iyi tahmin edecektir.)

Örgüt-temelli öz-saygı, örgütsel üyelerin, örgüt bünyesindeki rollerde yer alarak ihtiyaçlarını tatmin edebildiklerine olan inançlarının derecesidir. Örgüt-temelli öz-saygısı yüksek insanlar, örgütsel üyeler olarak bir kişisel yeterlilik hissine ve geçmişteki örgütsel rollerinden ihtiyaçlarını tatmin ettikleri hissine sahiptirler (Korman, 1966, 1970, 1976). Böylece örgüt-temelli öz-saygı, bireylerin, örgütsel çevrede hareket eden örgüt üyeleri olarak kendilerine dair algıladıkları değerdir. Örgüt-temelli öz-saygı, çeşitli örgütsel görevlerde algılanan yeterlilik düzeyine bağlı bir kavram olması açısından, öz-yeterliliğe (self-efficacy) benzer gözükse de, örgüt-temelli öz-saygı, bireyin örgüt içinde kendi algıladığı yeterliliği; öz-yeterlilik ise, algılanan bu yeterliliğin başarılı bir iş başarımıyla sonuçlanacak hareketlere dönüştürülebileceği inancını yansıtır.

Örgüt temelli öz-saygısı yüksek çalışanlar, çalıştıkları örgütte kendilerini önemli, anlamlı, etkili ve değerli olarak algırlar. Yani, örgüt-temelli öz-saygı, bireyin, bir örgüt üyesi olarak, kendisinin yetenekli, önemli ve değerli olduğuna inanma derecesidir. Örgüt-temelli öz-saygısı yüksek olan örgüt üyeleri, çalıştıkları kurumda kendilerine güvenildiği, değer verildiği ve örgüte katkı sağladıkları şeklinde algılara sahiptirler. Bu psikolojideki işgörenler, bu inançları taşımayan, hatta tam tersine inanan diğer bazı işgörenlerden farklı örgütsel tutumlar sergilemekte veya örgütsel etkilerden farklı şekillerde etkilenmektedir (Pierce vd., 1989).

Örgütsel bakış açısıyla, işgörenlerin örgütte bulunmalarının temel nedeni olan örgütsel etkililiğin ve verimliliğin artırılması hedefine ulaşılmasında, işgörenlerin örgütün kendilerine olan bağlılığına dair inançları büyük bir önem taşımaktadır. Çalışma örgütlerinin desteğine veya kötü niyetine dair algılar, işgörenlerin yaptıkları işe dair tutum ve davranışlarının gelişimini önemli ölçüde etkilemektedir. Algılanan örgütsel destek, anlık bir histen çok, işgörenlerin işyerlerinde buldukları süre boyunca örgüt tarafından gördükleri olumlu muamelenin geçmişi ile ilgilidir. Örgütsel destek, iyileştirilmiş iş metotlarını ve çalışma koşullarını, çalışanların refahına duyulan ilgiyi,

ulaşılabilir hedefleri, işgörenlerine anlayış gösteren örgütü, yeterli bilgiyi, iletişimi, cesaretlendirmeyi ve uyuşmazlıklara toleransı içine alabilir.

Bu çalışmanın üç temel kavramından birisini oluşturan “algılanan örgütsel destek” ise örgütün işgörene, işgörenin de karşılığında örgüte gösterdiği bağlılığın değiş-tokuşunda, örgüte düşen payın, işgören tarafından algılanış biçimidir.

Çalışanlar, çalıştıkları örgütü kişileştirerek, örgütün, iş çabalarını arttırdıklarında kendilerini ödüllendirmek ve gurur ve onaylanma ihtiyaçlarını karşılamak için ne derece gönüllü olduğuna karar vermek isterler. Bunun için, örgütlerinin, kişisel olarak katkılarına ne kadar değer verdiğine ve refahlarıyla ne ölçüde ilgilendiğine dair genel inançlar geliştirirler. Bu genel inançlar algılanan örgütsel destek olarak adlandırılır (Eisenberger vd., 1986; 1990). Örgütün, çalışanların ihtiyaçlarını karşılama, en önemli çıkarlarını iyileştirme ve katkılarına değer verme konusunda gösterdiği ilgi ve çaba düzeyinde, çalışanlar da, karşılıklılık ilkesi gereğince, neticede örgüt için faydalı olacak şekilde, güvenlerini ve öz-değerlerini geliştirirler. Basit bir dille, algılanan örgütsel destek, işgörenlerin, örgütün katkılarında değer verdiğine ve refahlarını önemseydiğine dair inancıdır. Algılanan örgütsel destek, örgütün hedeflerine ulaşmasına yardım etmeye dair bir zorunluluk hissi, örgüte karşı duygusal bir bağlılık, kişinin becerilerine dair bir güven, ihtiyaç duyulduğunda örgütün yardım edeceğine dair bir inanç, ve örgütün, kişinin üstün iş başarımını fark edeceğine ve ödüllendireceğine dair bir inanç yaratmak suretiyle arzu edilen sonuçları doğurmaktadır. Çalışanların, örgütsel desteği algılama eğilimi aşağıdaki iki faktör aracılığıyla ifade edilebilir (Eisenberger ve ark., 1986):

(a) İnsanlar, özellikle güçlü bireylerin davranışlarına dair çıkarımlarda bulunurken, bu davranışları, dışsal baskılardan ziyade, içten gelen eğilimlere atfetme eğilimindedirler. Örneğin, kendisine verilen bir görevde hata yapan bir işgören, hatasının bağışlanmasını, yalnızca bu tarz bir hata neticesinde işten atılması sonucu örgüte karşı oluşacak dışsal baskıların ve tepkilerin varlığına değil de, örgütün iyi niyetine atfetme eğilimindedir.

(b) İşgörenler, örgüt yöneticilerinin hareketlerini, örgütün kendi hareketleri gibi değerlendirmek suretiyle, örgütü kişileştirirler. Örneğin, hatası amirlerince tartışılıp değerlendirilen bir işgören, verilecek karar karşısında, “çalıştığım örgüt yaptığım hataları anlayışla karşılamaz” veya, “ben bir işgören olarak hata yapsam bile çalıştığım örgüt beni bağışlar” şeklinde yargılarda bulunacaktır.

Algılanan örgütsel desteğin örgüte en iyi şekilde fayda sağlaması, hissedilen zorunluluğun ve duyulan duygusal bağlılığın örgütsel önceliklere

odaklı olması ile mümkündür. Bunun da sağlanabilmesi için, yeni gelenlerin sosyalizasyon süreçlerinde örgütün kısa-dönemli ve uzun-dönemli hedeflerinin vurgulanması, dönem dönem, işgörenlerin örgütün öncelikleri konusundaki bilgilerinin değerlendirilmesi, işgörenlerin sadakatinin fark edilmesi ve anlamlı bir şekilde ödüllendirilmesi konusunda hassasiyet gösterilmesi büyük önem taşımaktadır. Geçmişin mekanik örgütlenme biçimlerinden giderek sıyrılan günümüz işletmelerinde insanın değeri günden güne artmakta, bu nedenle, işgören psikolojisini anlama, olumlu yönde etkileme ve doğru bir şekilde kullanma çabaları da giderek daha büyük önem kazanmaktadır. İşte bu çalışmanın konusu, örgütsel çerçevede en önemli örgüt-işgören değiş-tokuşu sayılan algılanan örgütsel destek ve duygusal örgütsel bağlılık ilişkisi, işgörenlerin örgüt-temelli öz-saygı düzeyleri de göz önüne alınarak incelendiğinde ortaya çıkacak olan tabloyu oluşturmaktadır.

1. YÖNTEM

1.1. Örneklem

Araştırma, Bursa il merkezindeki bir devlet hastanesi ve üç özel hastanede uygulanmış ve araştırma kapsamına doktorlar ve hemşireler dahil edilmiştir. Çalışma öncelikle Bursa il merkezindeki, çalışmaya katılmayı kabul eden özel hastanelerde gerçekleştirilmiş, ancak buradaki doktor ve hemşireler nöbet sistemi ile çalıştıklarından tümüne ulaşılammıştır. Bu özel hastanelerdeki toplam 120 doktor ve hemşireden, 100 tanesi çalışmaya katılmıştır. Daha sonra çalışmanın, özel sektör hastaneleri ile kamu sektörü hastanelerini kıyaslama amacı gözetilerek, Bursa ilindeki kamuya ait en büyük ve en eski devlet hastanesinden, şehir dışında olma ya da izinli sayılma gibi nedenlerden dolayı çalışmaya katılamayacak doktor ve hemşireler de göz önüne alınarak, basit tesadüfi örnekleme ile özel hastane örnekleme uygun sayıda örneklem oluşturulmuştur. Devlet hastanesinden çalışmaya katılan doktor ve hemşire sayısı 108'dir.

Araştırmanın uygulamasının sağlık sektöründe yapılmasının bazı nedenleri vardır. Hastaneler, hizmet işletmeleri olmaları ve özellikle de sağlık gibi, toplumun tüm bireyleri için hayati önem taşıyan bir konuda hizmet vermeleri açısından, örgüt psikolojisinin özel olarak anlam taşıdığı düşünülen kurumlardır. Tüm kariyerlerini hastaların çok çeşitli sorunlarıyla uğraşarak geçiren doktor ve hemşirelerin, mesleklerini daha büyük bir istek, özveri ve sadakatle yerine getirmelerinin, algıladıkları örgütsel destek ile ve kurumlarına duydukları duygusal bağlılık ile yakından ilişkili olduğu düşünülmektedir. Sağlık sektörü, özel hastane çalışanları ile devlet hastanesi çalışanlarının farklı düzeylerde örgütsel destek algılaması ve örgüt-temelli öz-saygı düzeylerinin de

farklı olması beklentisi nedeniyle, duygusal örgütsel bağlılık düzeylerinin de farklılaşıp farklılaşmayacağını gözlemlemek açısından elverişli bir kıyaslama imkanı da sunmaktadır. Bursa Sağlık Müdürlüğü verilerine göre, doktor başına düşen nüfusun, 2004 yılı itibariyle 714 olduğu Bursa ilinde, böyle bir araştırmanın algılanan örgütsel destek boyutuyla doktorların ve hemşirelerin, duygusal örgütsel bağlılık boyutuyla kurumların ve dolayısıyla halkın refahının artmasına katkı sağlayacak bulgulara ulaşması umut edilmektedir.

Araştırmada kullanılan anketi toplam 208 doktor ve hemşire cevaplamıştır. Bu anketlerden 3 tanesi analize elverişli olmadığı için araştırma kapsamına alınmamıştır. Bu durumda araştırmanın örneklem hacmi 205'tir. 205 katılımcıdan 108 tanesi devlet hastanelerinde, 97 tanesi ise özel hastanelerde çalışmaktadır.

1.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anket, dört bölümden ve toplam 30 sorudan oluşmaktadır. Demografik bilgileri içeren ilk bölüm hariç, anketteki soruların cevapları, 1 (kesinlikle katılmıyorum) ve 7 (kesinlikle katılıyorum) arasında değişen 7'li Likert ölçeğinde düzenlenmiştir. Anketin ilk bölümünde katılımcılara, eğitim durumu, cinsiyet, yaş, görev, medeni durum ve buldukları kurumdaki çalışma süreleri gibi kişisel bilgileri sorulmuştur.

Anketin ikinci bölümünde, toplam 36 sorudan oluşan Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğinin (Eisenberger vd., 1986), daha önce de çeşitli araştırmalarda (Rhoades et al., 2001; Eisenberger vd., 1997) kullanılmış olan 8 soruluk kısa versiyonu yer almaktadır. Ölçekte 6. ve 7. sorular ters skorlu sorulardır.

Anketin üçüncü bölümünde Örgüt-Temelli Öz-Saygı Ölçeği yer almaktadır (Pierce vd., 1989). Ölçek 10 adet ifadeden oluşmaktadır.

Anketin son bölümü ise, katılımcıların kurumlarına karşı duygusal bağlılıklarını ölçmeye yöneliktir. Bunun için Meyer, Allen ve Smith'in (1993) geliştirdiği, 6 sorudan oluşan Duygusal Bağlılık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte 3., 4. ve 5. sorular ters skorlu sorulardır.

Araştırmanın temel hipotezleri şu şekilde formüle edilmiştir:

H1: Algılanan örgütsel destek, duygusal örgütsel bağlılık üzerinde olumlu yönde bir etkiye sahiptir.

H2: Örgüt-temelli öz-saygı, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık arasındaki olumlu ilişki üzerinde düzenleyici etkiye sahiptir. Öyle ki, öz-saygısı düşük olan işgörenlerin algıladıkları örgütsel destek ve duygusal bağlılık ilişkisi, öz-saygısı yüksek olan işgörenlerin algıladıkları örgütsel destek ve duygusal bağlılık ilişkisine göre daha güçlüdür.

Araştırmanın temel amacı, algılanan örgütsel destek ve duygusal örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ve örgüt-temelli öz-saygının bu ilişki üzerindeki düzenleyici etkisini incelemektir. Araştırmada elde edilen verilerin bu amaçlara uygun olarak analizine geçmeden önce, ankette yer alan ölçeklerin güvenilirlikleri incelenmiştir. Algılanan örgütsel destek ile örgüt-temelli öz-saygı arasındaki etkileşimin duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi düzenleyici değişkenli çoklu regresyon analiziyle incelenmiştir. Gerçekleştirilen veri analizlerinin sonuçları, aşağıda sırası ile verilmektedir.

2. BULGULAR

Bu çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek üzere Cronbach Alfa katsayısı tercih edilmiştir. Güvenilirlik analizlerinin sonuçları Tablo 1’de sunulmuştur:

Tablo-1: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Katılımcı Sayısı	Cronbach Alpha
Algılanan Örgütsel Destek	189	0,87
Örgüt Temelli Öz-Saygı	196	0,93
Duygusal Örgütsel Bağlılık	193	0,8

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach Alpha değerleri oldukça yüksek çıkmıştır. Bu değerler, istatistik literatüründe yüksek derecede güvenilirliğin, yani, verilerin içsel tutarlığının çok iyi olduğunun bir göstergesidir (Özdamar, 1999).

Değişkenler arasındaki ilişkinin fonksiyonel şekli ile ilgilenildiğinde regresyon analizinden yararlanılır. Kurulan regresyon modelinde tek bir bağımsız değişken var ise buna basit doğrusal regresyon modeli, birden fazla bağımsız değişken var ise, buna da çoklu doğrusal regresyon modeli adı verilir (Bayram, 2004).

2.1. Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Örgüt-temelli öz-saygının algılanan örgütsel-destek ile duygusal örgütsel bağlılık ilişkisindeki düzenleyici rolüne geçmeden önce, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık ilişkisinin şeklini ortaya koymak üzere basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo-2: Model Özeti

R	R²	\bar{R}^2	Standart Hata
0,592	0,35	0,347	1,0874

Belirleyici: (Sabit), AÖD

Tablo 2'ye göre, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık arasında mutlak değerce %60 düzeyinde bir ilişki vardır ($R= 0,60$). Ayrıca, duygusal örgütsel bağlılıktaki değişkenliğin %35'inin algılanan örgütsel destek ile açıklandığı söylenebilir ($\bar{R}^2=0,35$). Bu durumda, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılığı açıklama gücü oldukça yüksektir.

Tablo-3: ANOVA : Duygusal Örgütsel Bağlılık

	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar arası	129,285	1	129,285	109,336	0
Grup içi	240,037	203	1,182		
Toplam	369,322	204			

Tablo 3'deki ANOVA sonuçlarına bakıldığında, F istatistik değerinin, 0,001 anlamlılık düzeyinde 109,336 görülmektedir. O halde kurulan regresyon modeli genel olarak anlamlıdır.

Tablo-4: Duygusal Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Sonuçları

	B	Standart Hata	Beta	t	Anlamlılık
(Sabit)	2,155	0,26		8,282	0
AÖD	0,593	0,057	0,592	10,456	0

(B=0,60; p<0,001)

Tablo 4’de tahmin edilen regresyon modeli görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu bir ilişki ($B= 0,60$; $p<0,001$) söz konusudur. Diğer bir ifade ile, algılanan örgütsel destek arttıkça duygusal örgütsel bağlılık da artmaktadır. Bu bulgular, çalışmanın ilk hipotezini desteklemektedir. Algılanan örgütsel desteğin duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki bu olumlu etkisi, çalışmanın amacı doğrultusunda, kamu sektörü ve özel sektör hastaneleri için ayrı olarak da ele alınmıştır. Analiz sonuçları Tablo 5 , 6 ve 7’de verilmektedir.

Tablo-5: Model Özeti

	R	R ²	\bar{R}^2	Standart Hata
<i>Devlet Hastanesi</i>	0,482	0,233	0,226	1,13308
<i>Özel Hastane</i>	0,697	0,485	0,48	0,99202

Belirleyici: (Sabit), AÖD

Tablo 5’e göre, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık arasında mutlak değerce devlet hastanelerinde %48 düzeyinde, özel hastanelerde ise %70 düzeyinde bir ilişki vardır. Ayrıca, devlet hastaneleri için, duygusal bağlılıktaki değişkenliğin %23’ünün, özel hastaneler için ise %48’inin algılanan örgütsel destek ile açıklandığı söylenebilir. Bu durumda, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılığı açıklama gücü özel hastanelerde devlet hastanelerine göre çok daha fazladır.

Tablo-6: ANOVA : Duygusal Örgütsel Bağlılık

	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Gruplar arası	41,282	1	41,282	32,154	0
Grup içi	136,091	106	1,284		
Devlet Hastanesi Toplam	177,373	107			
Gruplar arası	88,139	1	88,139	89,562	0
Grup içi	93,491	95	0,984		
Özel Hastane Toplam	181,63	96			

$p<0,01$

Tablo 6’daki ANOVA sonuçlarına bakıldığında, F istatistik değerinin devlet hastaneleri için 32,154, özel hastaneler için ise 89,562 olduğu ve her ikisi için de anlamlılık düzeyinin $p < 0,001$ olduğu görülmektedir.

Tablo-7: Duygusal Örgütsel Bağlılık İçin Regresyon Sonuçları

		B	Standart Hata	Beta	t	Anlamlılık
	(Sabit)	2,567	0,365		7,024	0
Devlet						
Hastanesi	AÖD	0,519	0,092	0,482	5,67	0
	(Sabit)	0,981	0,436		2,252	0,027
Özel Hastane	AÖD	0,798	0,084	0,697	9,464	0

(B=0,52;p< 0,01) (Devlet Hastanesi örneklemini için)

(B=0,80;p< 0,01) (Özel Hastane örneklemini için)

Tablo 7’de görülen regresyon analizi sonuçlarına göre, hem devlet hastanesi örneklemini (B= 0,52; p<0,001), hem de özel hastane örneklemini (B= 0,80; p<0,001) için, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı ve olumlu bir ilişki söz konusudur. Her ikisinde de, algılanan örgütsel destek arttıkça duygusal örgütsel bağlılık da artıyorsa da, algılanan örgütsel desteğin duygusal örgütsel bağlılıktaki değişkenliği açıklama gücü, özel hastaneler için daha kuvvetlidir.

2.2. Düzenleyici Değişkenli Çoklu Regresyon Analizi

Düzenleyici değişkenler, belirli bağımsız değişkenlerin, sorgu altındaki bağımlı değişkeni etkileme gücünü azaltması veya artırması açısından önemli faktörlerdir. Diğer bir deyişle, düzenleyici değişken, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki beklenen etkilerin ne zaman, hangi durumda ve ne kadar geçerli olduğunu açıklar. Bu durumda, bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama gücü, düzenleyici değişkenin değerine göre farklılık gösterir. Düzenleyici değişkenin etkisini incelemek için düzenleyici değişkenli çoklu regresyon analizi kullanılır. Baron ve Kenny’ (1986)ye göre, düzenleyici değişken testinde, regresyon denklemi bağımsız değişkenin doğrudan etkisi için bir terim, düzenleyici değişkenin doğrudan etkisi için bir terim ve bağımsız değişken ile düzenleyici değişkenin etkileşiminin etkisi için ayrı bir terim içermelidir. Düzenleyici değişken ile ilgili hipotezin onaylanması için, etkileşim teriminin istatistiksel olarak anlamlı çıkması gerekmektedir (Hui ve Lee, 2000). Ayrıca, etkileşim terimini içeren regresyon modelinin R²sinin, bu terimi içermeyen regresyon modelinin R²’sini istatistiksel olarak anlamlı şekilde artırması gerekmektedir (Aiken ve West, 1991). Bu çalışmada kullanılan düzenleyici değişkenli çoklu regresyon analizi de buna uygun olarak üç adım izlenerek uygulanmıştır: Birinci adımda demografik değişkenler (cinsiyet, görev, hastane türü, görev süresi); ikinci adımda bağımsız değişken (algılanan

örgütsel destek) ve düzenleyici değişken (örgüt-temelli öz-saygı); üçüncü adımda ise, bir önceki adımda kullanılan düzenleyici değişkenin bir etkileşeni olarak saptanan bağımsız değişken (algılanan örgütsel destek * örgüt-temelli öz-saygı) regresyon denkleminde eklenmiştir. Düzenleyici değişkenin, bağımsız değişken üzerinde etkileşim etkisi göstererek, duygusal örgütsel bağlılığın yönünü ve gücünü belirlemesi beklenmektedir. Algılanan örgütsel destek ile örgüt-temelli öz-saygı arasındaki etkileşimin duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi düzenleyici değişkenli regresyon analiziyle araştırıldığında Tablo 8'deki değerlere ulaşılmıştır.

Tablo-8: Duygusal Örgütsel Bağlılık İçin Düzenleyici Değişkenli Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Tahmin Edici Değişkenler	Adım 1			Adım 2			Adım 3		
	B	s.h	Beta	B	s.h	Beta	B	s.h	Beta
Demografik Değişkenler									
Cinsiyet	-0,447	0,406	-0,164	0,05	0,311	0,02	0,06	0,312	0,02
Görev	-0,492	0,389	-0,181	0,08	0,299	0,029	0,08	0,302	0,031
Hastane Türü	0,528	0,389	0,195	-0,206	0,185	-0,076	-0,21	0,187	-0,077
Çalışma süresi	0,002	0,001	0,092	0,002	0,001	,145*	0,002	0,001	,144*
Bağımsız Değişken									
Algılanan Örgütsel Destek				0,477	0,073	,475**	0,475	0,074	,474**
Düzenleyici Değişken									
Örgüt Temelli Öz-Saygı				0,368	0,076	,331**	0,372	0,081	,334**
Bağımsız Değişken * Düzenleyici Değişken									
Algılanan Örgütsel Destek * Örgüt Temelli Öz-Saygı							0,005	0,041	0,008
\bar{R}^2	0,019			0,43			0,43		
F	1,918			25,925**			22,108**		
F Değişimi Anlamlılığı									
	0,109			0,000**			0,896		

** 0,001 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

* 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Kurulan modellerin ilki anlamsız ($F= 1,918$), diğer ikisi ise genel olarak anlamlı bulunmuştur ($F= 25,925$, $F= 22,108$; $p< ,001$). Analize birinci adımda cinsiyet, görev, hastane türü ve çalışma süresi demografik değişkenleri dahil edilmiş, ve bu değişkenlerden hiçbirinin, duygusal örgütsel bağlılığı belirlemede istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ($F=1,918$; $p>0,05$) görülmüştür. Bu adımda, duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi araştırılan kontrol değişkenleri, duygusal örgütsel bağlılıktaki toplam değişimin yalnızca %2'sini açıklayabilmektedir ($\bar{R}^2 = 0,019$).

Analizin ikinci adımında modele, bağımsız değişken olan algılanan örgütsel destek ve düzenleyici değişken olan örgüt-temelli öz-saygı ilave edilmiştir. Burada, algılanan örgütsel desteğin ve örgüt-temelli öz-saygının duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki doğrudan etkileri ölçülmektedir. Algılanan örgütsel destek ve duygusal örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki vardır ($\beta = ,475$; $p< ,001$). Böylece H1 desteklenmektedir. Algılanan örgütsel desteğin yanı sıra, ilave edilen düzenleyici değişken de, duygusal örgütsel bağlılık ile anlamlı ve olumlu bir ilişki göstermektedir ($\beta = ,331$; $p< ,001$). Ayrıca bu adımda, demografik değişkenlerden çalışma süresinin de duygusal örgütsel bağlılığı etkileme gücü ($\beta = ,145$; $p< ,05$) ortaya çıkmıştır. Bu adımda duygusal örgütsel bağlılıktaki değişkenliğin %43'ü açıklanmıştır. Bu da modelin açıklama gücünün algılanan örgütsel destek ve örgüt-temelli öz-saygı sayesinde %41 arttığını ($p< 0,001$) göstermektedir. İki değişkenin ayrı adımlarda kontrol edildiği bir regresyon modeline dayanarak (Tablo 9), bu artışın %35'inin algılanan örgütsel destekten, %6'sının ise örgüt-temelli öz-saygıdan kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Tablo-9: Model Özeti

<i>Model</i>	<i>R</i>	\bar{R}^2	St.Hata	\bar{R}^2 Değişimi	F Değişimi	F Değişimi Anlamlılık
1	0,197	0,02	1,34499	0,02	1,918	0,109
2	0,62	0,37	1,07928	0,35	106,068	0
3	0,673	0,43	1,02022	0,06	23,515	0
4	0,673	0,43	1,0229	0	0,017	0,896

1 Belirleyici: (Sabit), Çalışma süresi, Görev, Devlet Hst / Özel Hst, Cinsiyet

2 Belirleyici: (Sabit), Çalışma süresi, Görev, Devlet Hst / Özel Hst, Cinsiyet, AÖD

3 Belirleyici: (Sabit), Çalışma süresi, Görev, Devlet Hst / Özel Hst, Cinsiyet, AÖD, ÖTÖS

4 Belirleyici: (Sabit), Çalışma süresi, Görev, Devlet Hst / Özel Hst, Cinsiyet, AÖD, ÖTÖS, AÖD*ÖTÖS

Analizin son adımında modele Tablo 8’de görüldüğü şekilde, düzenleyici değişken ile bağımsız değişkenin etkileşiminden oluşan yeni değişken ilave edilmiştir. Yeni değişken, analiz için “(algılanan örgütsel destek - algılanan örgütsel destek ortalaması) * (örgüt-temelli öz-saygı - örgüt-temelli öz-saygı ortalaması)” biçiminde tanımlanmıştır. Ancak çalışma süresinin ($\beta = ,144$; $p < 0,05$), algılanan örgütsel desteğin ($\beta = ,474$; $p < ,001$) ve örgüt-temelli öz-saygının ($\beta = ,334$; $p < ,001$) duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki belirleyiciliğinin devam etmesine rağmen, yeni değişkenin (algılanan örgütsel destek-örgüt temelli özsaygı etkileşimi) duygusal örgütsel bağlılık üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir açıklayıcılığı olmadığı ($\beta = ,008$; $p > ,05$) görülmektedir. Bu nedenle bu adımda da değişkenliğin yalnızca %43’ü açıklanabilmektedir. Yeni değişken, beklendiği gibi \bar{R}^2 ’de hiçbir değişikliğe neden olmamış, modelin açıklama gücünü arttırmamıştır.

Bulgular algılanan örgütsel desteğin, en yüksek Beta katsayısına sahip olması nedeniyle, duygusal örgütsel bağlılığın en önemli belirleyicisi olduğunu ve örgüt-temelli öz-saygının da duygusal örgütsel bağlılık üzerinde oldukça açıklayıcı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ancak, çalışmanın düzenleyici değişken hipotezi onaylanmamakta, yani, örgüt-temelli öz-saygının beklenen düzenleyici etkisi, bu örnekte görülmemektedir.

3. TARTIŞMA

Çalışmanın temel hipotezlerinden birisi, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkileyeceği şeklindedir. Bu hipotezi test etmek amacıyla gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon analizi sonuçları, algılanan örgütsel desteğin duygusal örgütsel bağlılıktaki değişkenliği önemli ölçüde açıkladığını ortaya koyarak bu hipotezi desteklemektedir.

Algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılığı olumlu yönde etkilemesi, literatürde Toplumsal Değiş-Tokuş Teorisi (Social Exchange Theory) ve Karşılıklılık İlkesi (Theory of Reciprocity) çerçevesinde açıklanmaktadır (Eisenberger vd., 1986). İşgörenlerin, örgütlerine duydukları bağlılık, büyük ölçüde, örgütlerinin kendilerine duyduğu bağlılığa dair algılarından etkilenmektedir. Bu nedenle işgörenler, algıladıkları örgütsel destek ölçüsünde daha fazla duygusal bağlılık göstermekte ve örgütsel hedeflere ulaşılması yönünde harcadığı çabaların ödüllendirileceği beklentisi ile olumlu tutumlarını sürdürmektedirler. Her şeyden önce işgörenler, örgütlerinden gördükleri olumlu davranışı, olumlu ve örgütleri için faydalı olacak bir şekilde karşılıklılandırmaya isteklidirler.

Adil bir değiş-tokuş sağlamaya dair hissedilen zorunluluk haricinde, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi, bireylerin duygusal ve psikolojik gereksinimlerinin önemi ile de açıklanabilir. Öyle ki, işgörenlerin arkalarında örgütlerinin desteğini hissetmesi, onların sevgi, onaylanma, gurur, öz-güven gibi çok temel birtakım duygusal ihtiyaçlarını ve sosyal kimliklerini besler (Armeli vd., 1998). Bu olumlu duygusallık da, belki farkına bile varmadan, işgörenin örgüte duygusal olarak daha fazla bağlanmasına neden olmaktadır. Çünkü Rhoades ve arkadaşlarının (2001) öne sürdüğü gibi, duygusal olarak tatmin eden tecrübeler, işgörenlerin, örgütün refahını, değerlerini ve hedeflerini kendilerinininkiyle özdeşleştirmesini kolaylaştırmaktadır.

Araştırmanın diğer hipotezi, örgüt-temelli öz-saygısı düşük olan işgörenlerin, algıladıkları örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılıkları arasındaki olumlu ilişkinin, öz-saygısı yüksek olan işgörelere göre daha kuvvetli olacağı şeklindedir. Bu hipotezi test etmek için yapılan düzenleyici değişkenli çoklu regresyon analizi sonuçları ise doktorlar ve hemşireler için, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık ilişkisinin örgüt-temelli öz-saygı düzeyiyle orantılı bir değişiklik göstermediğini ortaya koymaktadır.

Bunun bir nedeni olarak, Jex ve Elacqua'nın (1999) da kendi çalışmaları için belirttiği gibi, örneklem büyüklüğünün çok küçük düzenleyici değişken etkilerini ortaya koymaya elverişli istatistiksel güce sahip olmaması düşünülmektedir. Hipotezin onaylanmasını engelleyebilecek diğer bir neden olarak da, örneklemde örgüt-temelli öz-saygının normal dağılım göstermiyor oluşu görülmektedir. Brockner'in (1988) Davranışsal Biçimlendirilebilirlik Kuramına (Behavioral Plasticity Theory) uygun düşmeyen bulgular nedeniyle, veri kümesinin doğrusal regresyon için elverişliliğini teşhis etmeye yönelik testler, örneklemin örgüt-temelli öz-saygı dağılımının anlamlı bir negatif yatıklık gösterdiğini, yani, örgüt-temelli öz-saygının genellikle yüksek değerlerde toplandığını göstermiştir. Daha açık bir ifade ile, örnekleme, algıladıkları örgütsel destek ile duygusal bağlılıkları arasındaki ilişkinin daha kuvvetli olması beklenen örgüt-temelli öz-saygısı düşük bir grup mevcut değildir (Brutus vd., 2000).

Örgüt-temelli öz-saygının, doktor ve hemşirelerin algıladıkları örgütsel destek ve duygusal örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki üzerinde beklenen düzenleyici etkisi görülemedi ise de, araştırmanın önemli bir bulgusu olarak, örgüt-temelli öz-saygının, duygusal örgütsel bağlılık üzerindeki doğrudan olumlu etkisi ortaya çıkmıştır. Bu, literatürde çeşitli çalışmalarla ortaya konmuş olan, öz-saygısı yüksek işgörenlerin, örgütlerine, öz-saygısı düşük meslektaşlarına göre daha bağlı oldukları görüşünü destekler niteliktedir (Pierce ve Gardner, 2004).

Pierce vd. (1989), örgütsel çerçevede kendini kabul etmenin ve ettirmenin, yani, artan örgüt-temelli öz-saygının, örgütsel bağlardan tatmin olma, yani, örgüte daha fazla bağlılık duyma ile yakından ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Örgüt-temelli öz-saygısı yüksek işgörenler, kişisel yeterlilik ve öz-değer hissini tecrübe etmekte ve bu psikolojik olarak besleyici durum, örgütü, işgörenin gözünde, ihtiyaçları tatmin eden bir araç konumuna getirmektedir. Böylece işgörenler, örgütü içselleştirmekte, yaşamlarının önemli bir parçası haline getirmekte ve hedefleri ile değerlerini kendininkiler ile uyumlaştırmaktadırlar.

Korman (2001), öz-saygısı yüksek işgörenlerin, daha olumlu iş tutumları ve davranışları sergilemesini, bu kişilerin öz-değer arttırma motivasyonunun güçlü oluşuna bağlamaktadır. Öz-saygısı yüksek çalışanlar, kendilerine daha yüksek iş başarımları hedefleri belirlemekte, onlara ulaşabileceklerine inanmakta ve örgütlerini bu yönde destekçi görmektedirler. Yani, örgüt-temelli öz-saygısı yüksek çalışanların örgütlerine duygusal olarak daha fazla bağlı olması, herhangi bir dışsal kuvvetin değil, genel olarak, kendilerine dair olumlu öz-algılamalarını pekiştirici tutum ve davranışlar gösterme eğilimlerinin bir sonucudur.

Çalışmanın üç temel değişkeni olan algılanan örgütsel destek, örgüt-temelli öz-saygı ve duygusal örgütsel bağlılık arasındaki ikili ilişkiler literatürü destekler niteliktedir. Öyle ki, algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık; algılanan örgütsel destek ile örgüt-temelli öz-saygı ve örgüt-temelli öz-saygı ile duygusal örgütsel bağlılık arasında anlamlı olumlu ilişkiler görülmektedir.

Her üç değişken için de, farklı örneklem kitleleri arasındaki en anlamlı farklılıklar, devlet hastanesi ile özel hastane işgörenleri arasında görülmektedir. Bu iki kitle arasında en büyük fark algılanan örgütsel destekte, en küçük fark ise duygusal örgütsel bağlılıktadır. Bu farklar iki hastane grubu aynı hizmetleri veriyor olmasına rağmen, örgütlenme biçimlerinin, yapılarının ve hedeflerinin temelde farklılık göstermesinden kaynaklanmaktadır. Özel hastaneler, çalışan personelden istediği verimi alabilmek için, ona sonuna kadar destek vermeye hazırdır. Özel hastaneler zaten bu personeli kendisi seçerek almaktadır. Bu anlamda, birlikte çalışmak istedikleri kişileri daha hoşnut kılıp, kurumdaki devamlılıklarını sağlamak ve onlardan maksimum faydayı alabilmek için onları desteklemek, memnun etmek zorundadırlar. Bir özel hastanenin, vereceği destek sonucunda ortaya çıkması beklenen olumlu işgören tutum ve davranışlarının sağlayacağı maddi ve manevi kazançlar tamamen kurumun kendisine ait olacaktır.

Örgüt-işgören ilişkilerinin kalitesi ve değiş-tokuş ideolojisi, özel hastaneler için daha fazla anlam ifade etmekte, daha büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü, özel hastane çalışanlarının daha en başta, karşılıklı bir istekle işe başlamaları söz konusudur. Örgüt, bireyle, birey de örgütle çalışmayı ister ve kabul eder; böylece de karşılıklı değiş-tokuşlar başlar. Oysa ki kamuda, bir işgörenin belirli bir kurumda işe başlaması, devlet tarafından atanmasına bağlıdır. Ayrıca kurumun, devlet memurunun işine son verme yetkisi de yoktur. Özel hastanelerde ise, kurum çalışanı başarılı olduğu ve değerlerini ve hedeflerini örgüt ile uyumlu tuttuğu sürece sahiplenir ve destekler. Aksi takdirde de işine son verir.

Özel hastanelerin hedefi, iyi hizmet vermek, başarılı olmak ve böylece ekonomik olarak büyümektir. Her tür özel işletme, yatırımının karşılığını olabildiğince fazla almayı amaçlar. Bu ekonomik kaygılar da, özel kurumları, çalışanlarını, kendilerinden en yüksek verimi alacak şekilde desteklemeye iter. Bu desteği, devlet hastanesi çalışanlarına göre daha fazla algılayan özel hastane doktorlarının ve hemşirelerinin de, hem örgüt-temelli öz-saygılarının daha yüksek olması, hem de kurumlarına daha büyük bir duygusal bağlılık geliştirmiş olmaları beklenen sonuçlardır. Durumu açıklayabilecek diğer bir bakış açısı da, devlet hastanelerinin çalışanlarını destekleyebilme gücünün daha kısıtlı oluşudur. Özel hastanelerde, kurumsal politikaları kurum sahibi belirlerken, kamuda, sağlık sektörünün nasıl şekilleneceğini tamamı ile o an için mevcut politik koşullar belirlemektedir.

Toplumsal değiş-tokuş teorisi çerçevesinde açıklanan algılanan örgütsel destek ile duygusal örgütsel bağlılık ilişkisi, bu çalışmada da onaylanmış ise de, bir de, algılanan örgütsel desteğin, duygusal örgütsel bağlılığı açıklama gücü araştırılmıştır. Buna göre, özel hastanelerde algılanan örgütsel destek, duygusal örgütsel bağlılığı açıklamada devlet hastanelerine göre daha güçlüdür. Bu durumun, devlet hastanelerindeki doktor ve hemşirelerin çalıştıkları kuruma ve kurumun politikalarının devamlılığına olan güvensizliklerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Çünkü, kamu kurumlarında, örgüt-işgören bağlarına her daim müdahale edebilecek olan kuvvetli bir üçüncü taraf olarak devlet politikaları vardır. Özel hastanelerde ise, algılanan örgütsel destekteki en ufak bir artış, devlet hastanelerine göre çok daha kolay olarak duygusal örgütsel bağlılığın artışına etki etmektedir. Bu durum, Eisenberger ve arkadaşlarının (1986) önemle üzerinde durduğu bir nokta olan, değiş-tokuşlarda, olumlu muamelenin veya iyiliğin içten geldiğinin algılanması gerekliliğini destekler niteliktedir. Çünkü ancak zorunluluktan yapıldığı değil içten geldiği düşünülen iyilikler, karşı tarafta değer verildiği ve saygı gösterildiği hissini uyandırmaktadır.

Çalışmanın literatüre en önemli katkısı, Türkiye'deki sağlık sektörü kuruluşlarında çalışanların duygusal bağlılıklarını arttırmak için, yönetimin,

çalışanlarının refahını önemseydiğini göstererek, fikirlerini kabul ederek, onları cesaretlendirerek, yeterli bilgi ve iyi çalışma koşulları sağlayarak ve onlara açık ve ulaşılabilir hedefler belirleyerek destekleyici bir iklim oluşturmaya önem vermesinin gerekliliğini ortaya koymuş olmasıdır. Ayrıca, daha fazla örgütsel destek algılayan çalışanların, kurumlarına duydukları duygusal bağlılıklarının da daha fazla olduğunun ispatlanmış olması, yalnızca bireysel Batı toplumlarında değil, Türkiye gibi kolektif bir kültürde de, örgüt ile işgören arasındaki bireysel değiş-tokuşun adil olması konusunda gösterilen hassasiyete dikkati çekmektedir.

Çalışma bulgularından, örgüt-temelli öz-saygısı yüksek işgörenlerle çalışmanın, bu bireylerin duygusal örgütsel bağlılıklarının da daha yüksek olması nedeniyle fonksiyonel örgütsel sonuçlar doğuracağı tahmin edilmektedir. O halde, işgörenlerin örgüt-temelli öz-saygı düzeylerini arttırmak ve düşmesine neden olacak muamelelerden kaçınmak, örgütsel hedeflere etkili ve verimli bir biçimde ulaşması yolunda, örgütlerin önemli bir sorumluluğu olmalıdır. Bunun için de gene örgütsel desteğin artırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü Korman'ın (1970) da belirttiği gibi, öz-saygı, temellerini, kişilerarası ilişkiler ve örgüt kültürü vasıtasıyla örgütten işgörene iletilen değer mesajlarında bulmaktadır ve örgütsel destek de bu mesajların iletilmesinde oldukça etkili bir yoldur.

Bu çalışmada, algılanan örgütsel desteğin ve örgüt-temelli öz-saygının, örgütsel davranış sahası için büyük önem taşıyan bağlılık tutumuna etkileri ortaya konmuştur. Bu değişkenlerin, Vardi ve Wiener'in (1996) örgütsel kötü davranış (*organizational misbehavior*) kavramı altında ele aldıkları, standart altında üretim, işi yavaşlatma, başkaldırma gibi üretime yönelik sapkınlığı ve hırsızlık, zimmetine geçirme, eşyalara zarar verme gibi mala yönelik sapkınlığı içerebilen, örgüt üyelerinin, temel örgütsel ve/veya toplumsal değerleri ve normları ihlal eden kasıtlı davranışlarına neden olmaları açısından daha ayrıntılı olarak ele alınması, gelecek çalışmalar için faydalı olacağı düşünülen bir konudur. Çünkü literatürde, bu tarz kötü davranışlara etki eden bireysel faktörlerden biri öz-saygı, örgütsel faktörlerden biri ise örgütsel destek olarak yer bulmaktadır.

Bu çalışmanın yalnızca sağlık sektörünü kapsadığı ve bu nedenle sonuçların, diğer sektörler için genelleştirilemeyeceği göz ardı edilmemelidir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda, örgüt-temelli öz-saygının düzenleyici rolünü ortaya koyabilmek için, heterojen bir araştırma kitlesi seçilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Örgüt-temelli öz-saygının örgütsel değişkenler ve sonuçları arasındaki düzenleyici etkisinin yanı sıra, aracı değişken olarak rolü de, gelecek çalışmalarda literatüre önemli katkılar sağlayabileceği düşünülen bir konudur.

KAYNAKÇA

- Aiken, L. S. and S. G West. (1991) **Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions**, Newbury Park, CA.: Sage
- Armeli, S., R. Eisenberger, P. Fasolo and P. Lynch (1998) "Perceived Organizational Support and Police Performance: The Moderating Influence of Socioemotional Needs", **Journal of Applied Psychology**, 83(2), 288-297.
- Baron, R. A. and D. Byrne (2000) **Social Psychology**, (9th ed.), Boston: Allyn & Bacon, USA.
- Baron, R. and Kenny, D. (1986) "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations", **Journal of Personality and Social Psychology**, 51(6), 1173-1182.
- Bayram, N. (2004) **Sosyal Bilimlerde SPSS İle Veri Analizi**, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Brockner, J. (1988) **Self-Esteem at Work: Research, Theory and Practice**, Lexington: Lexington Boks.
- Brutus, S., M. N Ruderman, P. J. Ohlott and C. D. McCauley (2000) "Developing from Job Experiences: The Role of Organization-Based Self-Esteem", **Human Resource Development Quarterly**, 11(4), 367-380.
- Dutton, K. A. and J. D. Brown (1997) "Global Self-Esteem and Specific Self-Views as Determinants of People's Reactions to Success and Failure", **Journal of Personality and Social Psychology**, 73(1), 139-148.
- Eisenberger, R., R Huntington, S. Hutchison, and D. Sowa, (1986) "Perceived Organizational Support", **Journal of Applied Psychology**, 71(3), 500-507.
- Eisenberger, R., P. Fasolo, and V. Davis-LaMastro, (1990) "Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation", **Journal of Applied Psychology**, 75(1), 51-59.
- Eisenberger, R., J. Cummings, S. Armeli, and P. Lynch, (1997) "Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction", **Journal of Applied Psychology**, 82(5), 812-820.
- Ganster, D. C., and J. Schaubroeck (1991) "Work Stress and Employee Health", **Journal of Management**, 17(2), 235-271.

- Hui, C. and C. Lee (2000) "Moderating Effects of Organization-Based Self-Esteem on Organizational Uncertainty: Employee Response Relationships", **Journal of Management**, 26(2), 215-232.
- Jex, S. M. and Elacqua, T.C. (1999) "Self-Esteem as a Moderator: A Comparison of Global and Organization-Based Measures", **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 72(1), 71-81.
- Katz, D. and R. L. Kahn, (1966) **the Social Psychology of Organizations**, New York: John Wiley & Sons.
- Ko, J-W., J. L. Price, and C.W. Mueller (1997) "Assessment of Meyer and Allen's Three-Component Model of Organizational Commitment in South Korea", **Journal of Applied Psychology**, 82(6), 961-973.
- Korman, A. K. (1966) "Self-Esteem Variable in Vocational Choice", **Journal of Applied Psychology**, 50(6), 479-486.
- Korman, A. K. (1970) "Toward an Hypothesis of Work Behavior", **Journal of Applied Psychology**, 54(1), 31-41.
- Korman, A. K. (1976) "Hypothesis of Work Behavior Revisited and An Extension", **Academy of Management Review**, 1, 50-63.
- Korman, A. K., (2001) Self-Enhancement and Self-Protection: Toward a Theory of Work Motivation. M. Erez, U. Kleinbek, & H. Thierry (ed.), **Work Motivation in the Context of A Globalizing Economy**, 121-130, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Mathieu, J. E. and D. M. Zajac (1990) "A Review and Meta-Analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment", **Psychological Bulletin**, 108(2), 171-194.
- Meyer, J. P., and N. J. Allen. (1991) "A Three Component Conceptualization of Organizational Commitment", **Human Resource Management Review**, 1, 61-89.
- Meyer, J. P., N. J. Allen and C. A. Smith (1993) "Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization", **Journal of Applied Psychology**, 78(4), 538-551.
- Mowday, R. T., R. M Steers, and L. W. Porter (1979) "The Measurement of Organizational Commitment", **Journal of Vocational Behavior**, 14(2), 224-247.

- Mowday, R. T., R. M. Steers. and L. W. Porter (1982) **Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover**. New York: Academic Press.
- Özdamar, K. (1999) **Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi-1**, Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Pelham, B. W., and W. B. Swann (1989) "From Self-Conception to Self-Worth: On the Sources and Structure of Global Self-Esteem", **Journal of Personality and Social Psychology**, 57(4), 672-680.
- Pierce, J. L., D. G. Gardner, L. L. Cummings, and Dunham, R. B. (1989) "Organization-Based Self-Esteem: Construct Definition, Measurement, and Validation", **Academy of Management Journal**, 32, 622-648.
- Pierce, J. L., D. G Gardner, R. B. Dunham and L. L. Cummings (1993) "Moderation by Organization-Based Self-Esteem of Role Condition - Employee Response Relationships", **Academy of Management Journal**, 38, 271-288.
- Pierce, J. L. and D. G. Gardner (2004) "Self-Esteem within the Work and Organizational Context: A Review of the Organization-Based Self-Esteem Literature", **Journal of Management**, 30(5), 591-622.
- Rhoades, L., R. Eisenberger and S. Armeli (2001) "Affective Commitment to the Organization: The Contribution of Perceived Organizational Support", **Journal of Applied Psychology**, 86(5), 825-836.
- Rhoades, L. and R. Eisenberger (2002) "Perceived Organizational Support: A Review of the Literature", **Journal of Applied Psychology**, 87(4), 698-714.
- Rosenberg, M. (1965) **Society and the Adolescent Self-Image**. New Jersey: Princeton University Press.
- Tang, T. L. P. and P. R. Gilbert (1994) "Organization-Based Self-Esteem among Mental Health Workers: A Replication and Extension", **Public Personnel Management**, 23(1), 127-134.
- Vardi, Y. and Y. Wiener (1996) "Misbehavior in Organizations: A Motivational Framework", **Organization Science**, 7(2), 151-165.

ÜNİVERSİTELİ TÜKETİCİLERİN ‘ÇEVRECI TÜKETİM’ TUTUMLARI VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİLERİ

Reha SAYDAN*
Hüseyin KANIBİR**

Öz

Bu çalışma, tüketicilerin ‘çevreci tüketim’ yönelik tutumlarını oluşturan yapıyı incelemektedir. Tüketim toplumundan ‘çevreci tüketim toplumu’na geçiş, ancak, çevreci tüketicilerle mümkün olabilecektir. Bu çalışmada çevreci tüketicileri ortaya çıkaran belirleyiciler sorgulanmaktadır. Çevreci tüketim yönelik tutumu oluşturan bileşenlerin bilinmesi, söz konusu geçiş sürecini etkinleştirme çabalarına yardımcı olacaktır. Bu çalışmanın alan araştırması üniversiteli tüketicileri ele almaktadır. Araştırma kapsamında, iki ayrı üniversitede toplam 780 öğrenciden sağlanan veriler Faktör ve Regresyon analizleri yoluyla incelenmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre; *tüketicilerin sahip oldukları çevreci kültür*, çevrecilik anlayışının tüketiciler tarafından *içselleştirilme düzeyi*, tüketicinin çevreci kimliğe sahip olması durumunda bunun yapacağı *etki düzeyine ilişkin algılamalar* ve tüketicilerin sahip olduğu *çevrecilik yönlü inanışlar/bilgiler*, çevreci ürün satın almaya yönelik tutumu belirleyen temel bileşenlerdir.

Anahtar Sözcükler: Çevreci tüketim, yeşil tüketici, çevre bilinçli tüketiciler.

Abstract

The Attitude of University Students Towards Environmental Consumption and the Effect on Purchasing

This study investigates the nature of consumers’ attitudes towards environmental consumption. Transformation of ‘consumer society’ into ‘green consumer society’ can merely be achieved by ‘environmental/green consumers’. In this study, the possible determinants of green consumers are examined in the context of university students. Knowing the components of attitudes towards

*Yrd. Doç. Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İşletme Bölümü, VAN, rsaydan@hotmail.com

** Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, BALIKESİR, huseyinkanibir@yahoo.com

environmental consumption will help the efforts to enhance the process of transformation. In this context, environmental attitudes and behaviors of university students were analyzed. Data were collected from 780 students in two different universities. Findings are presented in the light of factor and regression analyses. The results indicate that the main determinants of green attitudes in consumption process are environmental culture of consumers/university students, acceptance level of environmental philosophy by consumers, perceptions towards the influence of environmentalist identity in market processes, and environment-oriented beliefs and knowledge.

Keywords: Green consumption, environmentally conscious consumers, green consumers.

GİRİŞ

Bilimin, üretimin emrine verilmesi ile birlikte başlayan, insanların daha çok sayıda üretme ve zengin olma isteği, kaynakların hiç tükenmeyecekmiş gibi kullanılmasına sebep olurken üretim ve tüketim atıkları, atmosferi, denizleri, nehirleri ve kara parçalarını uluslararası boyutlarda kirletmeye başlamıştır. Ekolojik sistemde yapılan tahribatın boyutları ve bu tahribata hangi süreç ve davranışların katkıda bulunduğu ortaya çıktıkça, özellikle 1980'lerin sonlarına doğru çevreye ve çevre korumasına karşı daha hassas olunması gerekliliği gündeme gelmiş ve kendini çevreci olarak tanımlayan bireylerin sayısında hızlı bir artış görülmüştür (Kalafatis vd, 1999).

Bugünün tüketicileri çevre sorunlarına büyük duyarlılık göstererek işletmelerden sorumluluklarının farkına varmalarını ve doğayı daha iyi koruyacak uygulamaları gerçekleştirmelerini beklemektedir. Bu beklenti doğrultusunda tüketicilerin önemli bir kısmı kendilerini giderek daha fazla çevreci olarak tanımlamaya başlamışlardır (Fisher, 1990)

Türkiye'de ise, çevre bilinci ve çevreci pazarlama faaliyetlerinin daha çok 1990'lı yıllardan sonra hızlı bir ivme kazandığını söylemek mümkündür. Bu yıllardan itibaren Türk kamuoyu çevreci gruplarla tanışmış, çevreci grupların eylemlerine toplumun farklı kesimlerinden destekler gelmiş, basın ve yayın araçlarının haberleriyle bu duyarlılık ve ilgi artarak sürmüştür. Bu doğrultuda çevreci ilginin giderek yayıldığı ve kamuoyunda daha çok gündeme geldiği gözlenmektedir. Giderek yaygınlaşan bu çevreci ilginin/duyarlılıkların bireylerin tüketim süreçlerine de yansması durumunda, üretim süreçlerini de kapsayan büyük bir dönüşümün yaşanması olasıdır. Bir diğer ifade ile çevreci tüketicilerin ortaya çıkması, yaygınlaşması ve etki alanlarını arttırmaları karşısında işletmeler de kayıtsız kalamayacak ve hem üretim süreçlerini hem de ürünlerini çevreci gelişmelere paralel olarak yenilemek zorunda kalacaklardır.

Bu gelişme, işletmelerin reklam mesajlarında, üretilen ürünlerin ambalajlarında, işletmelerin üretim stratejileri ve süreçlerinde çevreye zarar vermeyen ve doğal dengeyi korumaya yönelik ürünlerin üretilmesini ve bu yönde oluşturulan stratejilerin uygulanmasını sağlamıştır. Dolayısıyla, bu büyük dönüşüm projesinde asıl belirleyici ve yönlendirici güç, çevreci tüketicilerdir.

Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, çevrecilik anlayışının eğitilmiş bireylerce, diğer toplum kesimlerine kıyasla daha iyi anlaşıldığı varsayılarak, üniversite öğrencilerinin çevreci ürün satın almaya yönelik tutumlarının yapısı ve bu tutumu oluşturan bileşenlerin çevreci satın alım davranışı üzerindeki etkisinin sorgulanmasıdır. Söz konusu kitlenin, toplumsal bilincin oluşumundaki “öncü” rolü de, bu çalışmanın “üniversiteli tüketiciler” üzerinde odaklanmasının bir diğer nedenidir.

Çalışmanın ilk bölümünde çevreye duyarlı pazarlama konusu incelenmekte, ikinci bölümde etkili ve sorumlu tüketim ile çevreye duyarlı tüketicinin tanımı yapılarak konu ile ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise, üniversite öğrencilerinin çevreci tüketim tutumları ve satın alma davranışlarına yönelik araştırma sonuçlarına yer verilmektedir.

1. ÇEVREYE DUYARLI PAZARLAMA (Yeşil Pazarlama)

Pazarlama anlayışında zaman içerisinde gelişen çeşitli aşamalardan birisi de çevreci pazarlama yaklaşımıdır. Genel olarak çevreci pazarlama yaklaşımı işletmelerin doğal çevreyi daha fazla dikkate alarak gerçekleştirdikleri pazarlama faaliyetleridir (Tarhan, 1996). Bir diğer ifadeyle, işletmecilik faaliyetlerinin ve bu faaliyetlerin pazarlanması süreçlerinin doğaya, çevresel ve bireysel yaşam kalitesine duyarlı olacak biçimde tasarlanmasıdır. Bu faaliyetlerin temel amacı kullanımı kolay, insana yararlı ve aynı zamanda çevreci ürünler sunarak tüketici memnuniyetini sağlamaktır. Bu noktada işletmeler için önde gelen tereddüt, bir yandan çevreci faaliyetler ve pazarlama stratejilerinin tasarımı diğer yandan da tatmin edici bir karlılık düzeyinin bir arada sağlanıp sağlanamayacağıdır (Polonsky ve Rosenberger, 2001).

Çevreye duyarlı pazarlama toplumsal ve ekonomik gelişmelerin etkisiyle ortaya çıkan bir fenomendir. Sanayi devriminin sonuçlarıyla birlikte doğal kaynakların azalması, tarım alanlarının yok olmaya başlaması, denizlerin, yeraltı kaynaklarının ve soluduğumuz havanın bilinçsiz bir şekilde tüketilmesi ve kirletilmesi toplumsal çıkarlar ile kişisel çıkarları karşı karşıya getirmiştir. Bireylerin eğitim düzeyinin yükselmesi ve bilinçlenmenin artmasıyla bu durum açıkça bir tartışma alanına dönüşmüştür. Bu tartışmada çevreci pazarlama,

gelişen bilinç düzeyini temsil etmekte, toplumsal ve bireysel yaşam kalitesi kavramlarına vurgu yapmaktadır. Yeşil hareket olarak adlandırılan çevreyi koruma bilincinin toplumda giderek benimsenmesi, işletmelerin de bu hassasiyeti benimseyip uygulamalarına ve stratejilerinde bu yönde düzenlemeler yapmalarına neden olmuştur (Odabaşı, 1992).

Çevreye duyarlı pazarlama, ekolojik çevreyi karar alma süreçlerinde önemli bir unsur olarak dikkate alan, faaliyetlerinde çevreye verilen zararı en aza indirmeyi veya tamamen ortadan kaldırmayı amaç edinen, bu çerçevede, ürünlerinin tasarımını ve paketlemesini, üretim süreçlerini değiştiren, ekolojik çevrenin korunması felsefesini işletme kültürüne yerleştirmek için çabalayan, sosyal sorumluluk kapsamında topluma karşı görevlerini yerine getiren işletmelerin benimsediği bir anlayışa dayanmaktadır (Nemli, 2000). Bu hareketin ilk örneğini veren işletme ise Japon Matsushita'dır (Yüksek, 1994). Ürünlerin az çöp oluşturması, daha az enerji tüketmesi, ambalajının geri dönüşülebilir malzemeden yapılması gibi unsurlar yeşil harekete doğal bir tepki ile ortaya çıkan çevreci pazarlamanın temel amacını oluşturmaktadır.

Günümüzde cam ambalajlı ürünler, asitsiz şampuanlar, hayvansal ürün içermeyen kozmetikler, CHF içermeyen buzdolapları (no frost), ozona dost deodorantlar çevreye duyarlı pazarlama anlayışıyla üretilmiş olan ürün çeşitlerinden bazılarıdır.

2. ÇEVRECİ TÜKETİM VE ÇEVRECİ TÜKETİCİLER

Konunun daha iyi anlaşılması amacıyla, öncelikle, *çevre açısından etkili ve sorumlu tüketim* ile *çevreye duyarlı tüketicinin* tanımlanması gerekmektedir. Makro açıdan ele alındığında çevre açısından etkili ve sorumlu tüketim, işletmeler yönünden; kaynakların dünya nüfusu düşünülerek rasyonel ve verimli bir şekilde kullanımı olarak tanımlanmaktadır (Bayraktar ve Mert, 1994). Aslında bu durumu *çevreci üretim* biçiminde ele almak, bireyler için kullanılan *çevreci tüketim* kavramı ile karışmasını engelleyecektir. Bu bakımdan bu çalışmada çevreci tüketim kavramı, bireylerin tüketim süreçlerinin çevreci duyarlılıklarla şekillendirilmesi anlamını taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın yazarları çevreci tüketimi; "tüketim faaliyetlerinin, *çevresel sorunlar yaratmayan* ve bunun da ötesinde *çevresel sorunlara çözümler öneren* bir niteliğe büründürülmesi ve bu niteliği taşıyan ürün ve hizmetlerin *ödüllendirilmesi*" olarak tanımlamaktadır.

Söz konusu sürecin gerçekleşebilmesi için, çevre bilinci ve duyarlılığı olan tüketiciler gerekmektedir. Çevreye duyarlı tüketiciyi tanımlayabilmek için akademik alanda birçok çalışma yapılmıştır. Diamantopoulos ve arkadaşları

(2003), 1966-1994 döneminde yapılan araştırmaları tasnif ettikleri çalışmalarında, 39 araştırma sonucunun eğitim, 31 araştırmanın cinsiyet, 35 araştırmanın yaş ve 21 araştırmanın da sosyal sınıf üzerine vurgu yaptığını belirtmektedir. Genel kabul gören yönleriyle, çevreye duyarlı tüketici; çevre ile ilişkilerinde bilinçli, toplumsal ve bireysel yaşam kalitesinin birbiri ile yakından ilişkili olduğunu görebilen, insan sağlığına ve ekolojiye dost olan ürün ve hizmetlere harcama yapmaya ya da harcamalarını bu yönde değiştirmeye istekli olan bireydir (Roberts, 1996; Zinkhan, Carlson, 1995; Gilg ve diğerleri, 2005).

Pattie (2001), çevreci tüketiciyi; “satın aldığı üründen beklentisi olan ve belirli birtakım ürünleri almaktan ve tüketmekten kaçınan kişi” olarak tanımlamaktadır. Peattie çalışmasında, bu beklentileri; tüketicilerin veya çevredekilerin hayatını tehdit etmeyen, aşırı derecede kısa ömürlü olmaları dolayısıyla gereksiz atığa neden olmayan, üretimi, tüketimi veya tüketim sonrası atıkları ile çevreye zarar vermeyen ve aşırı ambalajlı olmayan ürünler olarak sıralamaktadır.

ABD’de yapılan ve belirli/özel bir örneklem üzerinde odaklanmayıp genel bir tüketici kitlesini kapsayan bir araştırma sonucuna göre (Ottman, 1994), tüketiciler çevre duyarlılıklarına göre üç gruba ayrılmaktadır. Birinci grup, güçlü çevreci inanışlara sahip, *aktif çevrecilerdir*. Bu önemli grubun özellikleri şöyle sıralanabilir. Ürünün etiketini büyük bir itina ile okurlar, dönüşümlü mamulleri ve ambalajları tercih ederler, depozitolu şişe ve kavanozla pazara sunulan ürünleri tercih ederler, çevre ve toplumla ilgili konularda politikacılara mektup yazarlar, çevreci kuruluşlara para yardımında bulunurlar. İkinci grup *ılımlı çevrecilerdir*. Bireysel çabalarının çevreye olumlu etki bırakacağına inanmakla birlikte çevreci ürünlere daha fazla para ödemeyi reddetmektedirler, aktif çevreciler gibi iyi eğitilmiş ve yüksek gelir grubundadırlar. Bu grup potansiyel çevreci olarak adlandırılmaktadır. Üçüncü grup ise, *çevreci olmayan tüketiciler* şeklinde isimlendirilmektedir. Kendi içerisinde şikayetçiler ve duyarsızlar olarak ikiye ayrılırlar, çevreci ürünlerin pahalı olduğunu düşünürler. Çevre konusunda sorumluluğu başkalarının üzerine atarlar ve bu konuda bilgi ve bilinç düzeyleri birhayli düşüktür.

Charter ve arkadaşları ise, çevreci tüketicileri duyarlılıklarına göre aktifler, basit kullanıcılar, yeniler, kayıtsızlar ve umutsuzlar olarak 5 gruba ayrılmaktadır (Charter ve diğerleri, 2000). Bu çalışmada da örneklem olarak genel bir tüketici kitlesi seçilmiştir.

Tablo-1: Tüketici Tipolojisi

Aktifler	Çevreci ürün ve hizmetleri sürekli satın alır ve bu alımlarını tekrarlarlar
Basit Kullanıcılar	Çevreci ürün ve hizmetleri satın alır fakat bu alışkanlıklarını sürdürmezler
Yeniler	Çevreci ürün ve hizmetleri satın alır fakat alışveriş listelerinde çevreci ürünlere çok az yer verirler
Kayıtsızlar	Çevre sorunlarını başkasının problemi olarak görürler
Umutsuzlar	Çevre sorunlarını algılamaz ve önem vermezler

Kaynak: Charter M, Peattie K, Ottman J, Polonsky M J. (2002) **Marketing and Sustainability** The Centre for Sustainability Design, Brass p. 137.

Babekoğlu (2000), genel bir tüketici kitlesini kapsayan “Tüketicilerin demografik özellikleri ve bireysel tutumlarının sorumlu tüketim davranışları üzerindeki etkisi” konulu çalışmasında satın alıcılara en fazla bir seçim hakkı verildiğinde çevreye en az zarar verecek ürünleri tercih ettikleri ve ürünün çevreye zarar verdiği anlaşıldığı durumda bu ürünü bir daha satın almadıkları sonucuna varmıştır.

Çabuk ve Nakipoğlu (2004), süpermarket ortamında rastsal olarak seçilen tüketiciler üzerinde yaptıkları analizlerde “çevreci hassasiyet düzeyi ile çevreci ürünlerin farkında olma ve çevreci ürünleri satın alma düzeyi” arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını tespit etmişlerdir. Buna göre çevreci ürünlerin farkında olma düzeyi yüksek olan tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun aynı zamanda “yüksek çevreci ürün satın alma grubunda” oldukları da belirlenmiştir.

Yapılan çalışmaların arasında özel olarak üniversite gençliğini ele alan araştırmalar da mevcuttur. Torlak’ın (2001) yapmış olduğu araştırmada, üniversiteli öğrencilerin çevre dostu ürünlere yönelik tutumları araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, öğrenciler kozmetik ürünlere daha az ödeme eğiliminde bulunurken, daha sık tüketilen çevre dostu temizlik ve gıda ürünlerine daha fazla ödemeyi kabul etmektedirler. Aynı çalışma öğrencilerin çevre dostu ürünlere daha fazla ödemede bulunma niyetleri ile öğrencilerin cinsiyetleri arasındaki ilişkiyi de ölçmüş ve kız öğrencilerin çevre dostu ürünlere erkek öğrencilere oranla daha fazla ödeme isteğinde olduğu sonucu ortaya çıkarmıştır.

Ay ve Ecevit’in (2005) üniversite öğrencilerini kapsayan çalışmalarında ise; psikografik değişkenlerin demografik değişkenlere göre çok daha etkin olduğu, bireysel inanışların çevresel tutum geliştirmede önemli rol oynadığı vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra, pazarı sadece demografik ve psikografik

kriterlere göre bölümlenmenin tek başına yeterli olmayacağı ve her iki gruba ait kriterlerin bir arada değerlendirilmesi gerektiği savunulmuştur.

Cinsiyet faktörüne ilişkin yapılan araştırmalarda ise cinsiyet faktörü ile çevre bilinci arasında anlamlı bir ilişki ortaya konulmuş ve kadınların çevresel sorunlara erkeklerden daha ilgili olduğu sonucuna varılmıştır (Straughan and Roberts 1999, Roberts and Bacon, 1997).

Eğitim düzeyinin çevresel bilinç üzerindeki etkisini inceleyen birçok araştırma ise, eğitim düzeyi ile çevresel duyarlılık arasında pozitif bir ilişkiyi açıkça göstermektedir (Diamantopoulos ve diğerleri, 2003).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖRNEKLEM, YÖNTEM VE KISITLARI

3.1. Amaç

Bir toplumda üniversite gençliği, toplumun sosyo-kültürel yapısının en dinamik unsurudur. Üniversite gençliğini, diğer gençlik gruplarından ayıran en önemli özellik, onların geleceğin bilgili yönetici ve karar verici adayları olmaları, daha net bir ifadeyle bir toplumun geleceğini topyekun tayin etmeleridir (Yazıcı, 2003). Bugün ve gelecek açısından önemli bir tüketici kitlesi olarak kabul edilebilecek üniversite gençliğinin satın alma davranışlarının çevre bilinci açısından irdelenmesi, gelecekte sürdürülebilir yüksek standartlı bir toplumsal yaşamın oluşumuna yönelik fikir verecektir. Diğer bir ifade ile tüketim toplumundan “çevreci tüketim toplumuna” geçiş sürecinde, tüketime ilişkin tutum ve davranışların nasıl oluşabileceğine ışık tutacaktır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin çevreci ürün satın almaya yönelik tutumlarının yapısı ve bu tutumu oluşturan bileşenlerin çevreci satın alım davranışı üzerindeki etkisini incelemektir.

3.2. Örneklem

Bu araştırmanın evreni tüm üniversiteler olmakla birlikte, “ulaşılabilirlik” kriteri dikkate alınarak, bu çalışmanın yazarlarının bulunduğu üniversiteler örneklem olarak seçilmiştir. Bu örneklem içinde de yalnızca kampus’de öğrenim gören öğrencilerin seçilmesiyle ikinci bir sınırlandırma yapılmıştır. Balıkesir Üniversitesinde kampus’te bulunan öğrencilerin sayısı 10.200 ve yüzüncü yıl üniversitesinde de 9730 dur. Anket sorularının yanıtlanması sürecindeki olası aksaklıklar dikkate alınarak her iki üniversitede de 450’şer adet anket formu dağıtılmıştır. Yapılan pilot uygulama (her iki üniversitede toplam 70 öğrenciyi kapsayan), yüksek okul öğrencilerinden veri toplama ve

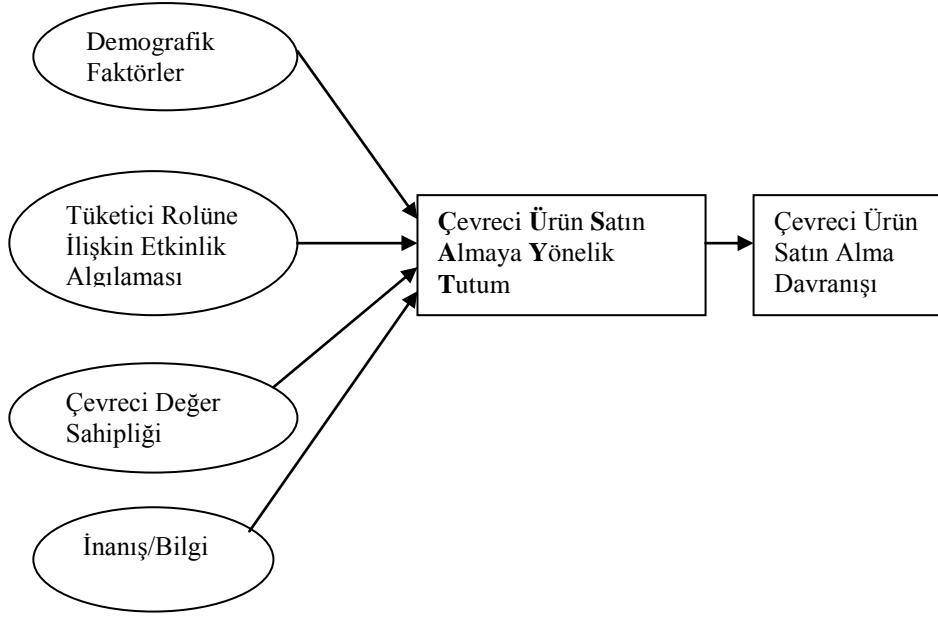
elde edilen verilerin tutarlılığında önemli problemlerin varlığını ortaya koyduğundan, bu çalışma her iki üniversite bünyesinde de sadece fakülte öğrencilerini kapsamaktadır. Yine aynı pilot uygulamada öğrencilerin yaş dağılımlarının çok küçük bir aralıkta dağıldığı görülmüş ve anket formundan çıkarılmıştır. Anket uygulaması, Aralık 2006'da her iki üniversitede sınıf ortamında, o anda dersi yürütmekte olan öğretim üyelerinin desteği ile yapılmıştır. Saha araştırması sonucunda, Balıkesir Üniversitesi'nde 410 ve 100.Yıl üniversitesinde de 370 adet anket formu, analiz süreci için uygun olarak değerlendirilmiştir.

3.4. Yöntem, Model ve Ölçek

Araştırma kapsamında gereksinim duyulan veriler, birincil veri niteliğinde olup geniş bir örneklem gerektirmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada veri toplama yöntemi olarak, pazarlama araştırmalarında sık kullanılan bir yöntem olan anket uygulaması tercih edilmiştir. Çalışmanın temel amacı olan “çevreci ürün satın almaya yönelik tutum’un yapısı ve bu tutumu oluşturan bileşenlerin, çevreci satın alım davranışı üzerindeki etkisi” doğrultusunda 49 değişkenden oluşan bir anket formu düzenlenmiştir. Anket formunun hazırlanması sürecinde, Roberts ve Bacon (1997) tarafından geliştirilen, daha sonra da Straughan ve Roberts (1999) tarafından revize edilen “Çevre Bilinçli Tüketici Davranışı” ölçeği, yararlanılan başlıca araç olmuştur. Sözkonusu ölçek, bu konuda çeşitli ülkelerde yapılan araştırmalarda¹ temel ölçek olarak kabul görmektedir. Nitekim Türkiye’de yapılan çalışmalarda da (Çabuk ve Nakıboğlu, 2003; Ay ve Ecevit, 2005) bu ölçek referans alınmıştır. Sözü edilen ölçek üzerinde çeşitli uyarlamalar ve eklemeler yapılarak ve ayrıca Arabacıoğlu (1992)’nin çalışmasından da yararlanılarak, ankette beş bölümden oluşan toplam 49 ifade düzenlenmiştir. Soruların anlaşılabilirliğinin belirlenmesi açısından, ana kütleye uygulama yapılmadan önce her iki üniversitede de kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş 35’er kişi ile bir ön test yapılarak anket formuna son hali verilmiştir. Bu ifadeler 5 noktalı Likert ölçeğine göre (katılma/katılmama) düzenlenmiştir. Altıncı bölüm ise demografik değişkenleri sorgulamaktadır.

Bu araştırma için tasarlanan model şekil 1’de sunulmaktadır. Söz konusu model; çevreci ürün satın alma davranışının, esas olarak, çevreci ürün satın almaya yönelik tutumun bir fonksiyonu olduğu tezinden yola çıkmaktadır. O halde, ‘çevreci ürün satın almaya yönelik tutum’u oluşturan bileşenlerin belirlenmesi, çevreci ürün satın alma davranışına da açıklık getirebilecektir. Araştırma modeli çerçevesinde ilk aşamada, ‘çevreci ürün satın almaya yönelik tutum (ÇÜSYT)’ bağımlı değişken olarak incelenirken, ikinci aşamada ise ‘çevreci ürün satın alma davranışı (ÇÜSAD)’ bağımlı değişken olarak tanımlanmaktadır.

**Şekil-1: Çevreci Ürün Satın Alma Davranışını Belirleyen Etkenler
(Araştırma Modeli)**



3.5. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışmanın sonuçları yorumlanırken dikkate alınması gereken üç önemli kısıt söz konusudur. Birincisi; çalışmada kendilerinden veri sağlanan tüketici grubunun bütünüyle eğitilmiş bir kitleden oluşması durumudur. Dolayısıyla, eğitilmiş olmayan veya eğitim düzeyi açısından homojen olmayan gruplardan sağlanacak verilerin farklı yönde oluşması, dikkate alınması gereken bir olasılıktır. İkinci kısıt ise, çalışmadaki verilerin sadece iki üniversitede toplanmış olması durumudur. Araştırma kapsamında yer alacak olan üniversite sayısındaki artışa paralel olarak, sonuçların genelleştirilebilirlik düzeyi de artacaktır. Üçüncü olarak, Türkiye’de bazı özel üniversiteler başta olmak üzere, belli bazı üniversitelerdeki öğrencilerin demografik özelliklerinin genel öğrenci profilinden farklı olmasından dolayı (sosyal sınıf ve gelir düzeyi gibi), üniversiteleri birkaç ana kategori halinde ele alarak bu çalışmanın yapılması, sonuçları daha anlamlı kılacaktır.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

4.1. Demografik ve Tanımlayıcı Özellikler

Tablo 1’de, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine ilişkin verilerin analizi sunulmaktadır. Öğrencilerin cinsiyetlere dağılımı *nispeten dengeli* bir görüntü vermektedir. Örnekleme, gelir dağılımı açısından değerlendirildiğinde, en büyük grubu ‘orta gelirli’ ailelerden gelen öğrencilerin oluşturduğu görülmektedir. ‘En alt gelir düzeyi’ olarak nitelendirilebilecek ailelerden gelenler %10 civarında iken, ‘üst gelir grubu’na ait öğrenciler de önemli bir yer tutmaktadır (%21.8). Öğrencilerin sınıflar arasındaki dağılımına bakıldığında, 3. sınıfta görece yoğunluk görülse de genel dağılımın dengeli olduğunu söylemek mümkündür. Öğrencilerin davranış ve eğilimlerinin şekillenmesinde anne ve babalarının muhtemel etkileri dikkate alınarak, ebeveyn eğitim düzeyi de sorgulanmıştır. Anne ve babanın eğitim düzeyi incelendiğinde, annelerin önemli bir bölümünün (%15) eğitimsiz olduğu dikkat çekmektedir. ‘Üniversiteli baba’ oranı %30.6’ ya ulaşırken, bu oran annelerde sadece %12.6’dır. Örnekleme genel olarak, annenin eğitim düzeyinin düşük olduğu ailelerden gelmektedir.

Tablo-1: Demografik ve Tanımlayıcı Özellikler

Demografik Özellikler	n (780)	%	
Cinsiyet	Kadın	366	46.9
	Erkek	414	53.1
Aile Gelir Düzeyi (YTL)	< 500	77	9.9
	500 – 999	245	31.4
	1000 – 1499	288	36.9
	1500 ve üzeri	170	21.8
Okuduğu Sınıf	1. sınıf	166	21.3
	2. sınıf	204	26.1
	3. sınıf	234	30.0
	4. sınıf	176	22.6
Anne Eğitim Düzeyi	Eğitimsiz	117	15.0
	İlköğretim	318	40.7
	Lise	244	31.3
	Üniversite	98	12.6
Baba Eğitim Düzeyi	Lisansüstü	3	0.004
	Eğitimsiz	8	0.01
	İlköğretim	193	24.7
	Lise	340	43.6
	Üniversite	221	28.3
	Lisansüstü	18	2.3

4.2. Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Tutumu (ÇÜSYT) Belirleyen Etkenler: Faktör Analizi ve Sonuçları

Daha önce dile getirildiği gibi, araştırma modelinin temel değişkenlerini ölçebilmek amacıyla, cevaplayıcılara Likert ölçeğine göre düzenlenmiş 49 ifade sunulmuştur. Bunlardan 7 tanesi ÇÜSYT'ye ilişkin ifadeler iken, 4 ifade 'tüketici rolüne ilişkin etkinlik algılaması' (TRİEA), 19 ifade 'çevreci değer sahipliği' (ÇDS), 10 ifade 'inanış/bilgi (İ/B) ve 9 ifade de 'çevreci ürün satın alma davranışı' (ÇÜSAD) değişkenine yöneliktir. Söz konusu değişkenlerin hangi temel boyutlardan oluştuğunu görebilmek için, her bir değişkene yönelik ifade gruplarına Temel Bileşenler Faktör Analizi uygulanmıştır. Faktör analizi; bir değişkeni ölçmek için geliştirilen enstrümanı oluşturan unsurların, kendi aralarındaki bağıllığı, yakınlığı ve benzerliklerini tanımlamaktadır (Nakip, 2003). Diğer taraftan, faktör analizi sonucunda ulaşılan faktör skorlarının, bu çalışmanın temel analizi olan regresyon analizi için kullanılabilir olması önemli bir etkidir. Regresyon analizi sonucunda, modele yerleştirilen değişkenlerin, ÇÜSYT ve ÇÜSAD'ı ne derece açıkladıkları görülebilecektir.

Tablo 2'de ÇÜSYT ile ilgili ifadelere uygulanan faktör analizinin sonuçları yer almaktadır. Buna göre, ÇÜSYT'ye ilişkin iki boyuttan söz edilebilir. Birinci boyut, çevreci ürün satın alma yönünde pozitif bir eğilimi ve hatta aktif taraftarlığı ifade etmekte ve varyansın %58,37'sini açıklamaktadır. İkinci boyut, çevreci ürün satın alma konusunda tüketicilerin zihnindeki şüpheleri ve psikolojik mesafeyi yansıttığından, *zihinsel mesafe* olarak adlandırılmıştır. Açıklanan toplam varyans %73,45 olup, alfa değerleri boyutların güvenilir olduğunu göstermektedir (Hair ve diğ., 1998).

Tablo-2: Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Tutum (ÇÜSYT) Boyutları

Faktörler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyansın % si	Cronbach Alfa
Faktör 1 : Çevreci Ürün Taraftarlığı		58,37	0,842
Çevreci ürün satın almaktan hoşlanırım.	,874		
Çevreci ürün satın alma düşüncesi iyi bir düşüncedir.	,868		
Çevreci ürün satın alma, topluma ve gelecek nesillere borcun ödenmesidir.	,759		
Herhangi bir ürünün çevreci versiyonu varsa, onu satın alma konusunda ısrarcı olurum.	,521		
Faktör 2 : Zihinsel Mesafe		15,08	0,738
Çevreci ürünlerin fiyatı benzerlerine göre yüksek olduğu için, bende satın almaya yönelik olumsuz duygu yaratır.	,910		
Çevreci ürün satın alma düşüncesi gereksiz bir duyarlılıktır.	,764		
Çevreci ürün satın alma düşüncesi, bence "zorlama" bir düşüncedir.	,670		
Toplam Açıklanan Varyans		73,45	

Kaiser-Meyer-Olkin (K.M.O) Değeri: 0,833 (varimax rotasyonu)

Tablo 3’de, TRİEA değişkeninin hangi boyutlardan oluştuğunu ölçmeye yönelik analiz sonuçları görülmektedir. Faktör analizi sonucunda tek faktör boyutu elde edilmiştir. Söz konusu faktör, toplam varyansın % 75,28’ini açıklamaktadır. Bu boyut, tüketicilerin çevreci duyarlılıklarının pazar ortamında etkili olup olmayacağına ilişkin algılamaları ele aldığı için, *tüketici çevreciliğinin etkinliği* olarak adlandırılmıştır.

Tablo-3 : Tüketici Rolüne İlişkin Etkinlik Algılaması (TRİEA) Boyutları

Faktörler	Faktör Yüklere	Açıklanan Varyansın % si	Cronbach Alfa
Faktör 1 : Tüketici Çevreciliğinin Etkinliği		75,28	0,890
Ürün satın alma sürecinde, her bir tüketicinin çevre problemlerini dikkate alması, genel sonucu değiştirebilecektir.	,900		
Bireysel tüketicinin çevre kirliliğini önlemek için yapabileceği kaydadeğer bir şey yoktur. (T)	,891		
Tek bir kişinin, çevre kirliliği ve doğal kaynakların bozulması üzerinde etkisi olmayacağı için, benim ne yaptığım da önemli değildir. (T)	,851		
Herkes, sosyal sorumluluğa sahip işletmelerin ürünlerini satın alma yönünde duyarlılık gösterirse, bu, toplumsal yaşamda olumlu bir etki yaratabilir.	,827		
Toplam Açıklanan Varyans		75,28	

K.M.O Değeri : 0,814

Tablo 4'te ÇDS değişkeninin faktör boyutları verilmektedir. Yapılan analiz sonucunda iki faktör boyutunun ortaya çıktığı görülmektedir. Bu faktörler toplam varyansın %64,36'sını açıklarken, alfa değerlerinin de sırasıyla 0,93 ve 0,90 gibi yüksek bir düzeyde olması dikkat çekmektedir. Birinci faktör boyutu tüketicilerin sahip olduğu *genel çevreci kültürü* ele almakta, ikinci boyut ise genel çevreci kültürün de ötesinde, 'daha üst düzey' ve 'derin' bir çevreci ilginin varlığını ifade etmektedir.

Tablo-4: Çevreci Değer Sahipliği (ÇDS) Boyutları

Faktörler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyansın % si	Cronbach Alfa
Faktör 1 : Çevrecilik Kültürü	57,26	0,938	
Çöp kutusu bulunmayan ortamlarda çöp atmaktan kaçınıyorum.	,854		
Eğer seçim alternatifim olursa, çevreyi en az kirleten ürünü bulmaya çalışırım.	,832		
İnsanların çevreci kaygılar içinde olması" bence bir aldatmacadır.(T)	,759		
Ailemi, arkadaşlarımı çevreye zarar veren ürünleri almamaları için ikna etmeye çalışırım.	,722		
Çevresel problemlerin önlenmesi ve doğal kaynakların korunması kanunlarla değil, o toplumun üyesi olan bireylerin bilinci ile sağlanır.	,697		
Çevre problemlerinden daha önemli problemlerim vardır. (T)	,691		
Çevremdeki kişileri çevreye duyarlı davranışlar sergilemeleri için uyarırım/etkilemeye çalışırım.	,675		
Çevre problemlerinden sadece devlet yada işletmeler değil herkes sorumludur.	,653		
Çevreye zarar verdiğini bildiğim işletme ve markaların olumsuz propagandasını yaparım	,601		
Çevre problemlerinin/konularının bütünüyle farkındayım.	,576		
Faktör 2 : İçselleştirilmiş Çevrecilik	7,09	0,908	
Çevreci eylemlere katılırım.	,880		
Çevreci faaliyetlere katılırım.	,768		
Çevreyi koruyucu kanunlara aykırı işler yapan işletmeler hakkında resmi başvurular yaparım.	,754		
Evimde su/elektrik tasarrufu sağlayan aygıtlar kullanırım.	,711		
Çevreci örgütlere üye olurum veya başışta bulunurum.	,708		
Çevre problemlerine ilişkin yayımları özellikle okurum.	,647		
Çevre kirliliğinin önlenmesi ve doğal kaynakların korunması konusunda bilgili olabilmek için adımlar atarım.	,624		
Türkiye'de çevre kirliliğini önlemeye yönelik kanunlardan haberdarım.	,573		
Otomobilim için yakıt alırken, en çevreci olan yakıtı özellikle tercih ederim.	,558		
Toplam Açıklanan Varyans	64,36		
K.M.O Değeri: 0,939 (varimax rotasyonu)			

Araştırma modelinin temel değişkenlerinden olan *inanışlar/bilgiler* değişkeni için uygulanan faktör analizinin sonuçları Tablo 5'te sunulmaktadır. Tüketicilerin ortaya koydukları "görünen" davranışların arka planında, çeşitli inanışların/bilgilerin etkin rol oynadığı gerçeği, psikoloji biliminin temel görüşlerinden biridir. Tüketicilerin sahip olduğu inanışları/bilgileri sorgulamak için cevaplayıcılara sunulan 10 ifade, faktör analizi sonucuna göre tek bir boyutu temsil etmektedir. Açıklanan toplam varyans %53,32'dir. Çevreci bir tutum geliştirmede olumlu katkı sağlama olasılığı bulunan bir bakış açısı içerdiğinden, bu faktör boyutu *çevrecilik yönlü inanışlar/bilgiler* olarak adlandırılmıştır.

Tablo-5 : İnanışlar/Bilgiler (İ/B) Değişkeni Boyutları

Faktörler	Faktör Yüklere	Açıklanan Varyansın % si	Cronbach Alfa
Faktör 1 : Çevreci Yönlü İnanışlar/Bilgiler		53,32	0,901
Sanayileşmenin çevresel tahribata neden olduğunu düşündükçe, sanayileşmeye karşı hırçınlaşıyorum.	,823		
Kuşlar ve balıklar, civa nedeniyle zehirlenmektedir.	,779		
İnsanoğlunun yaşam kalitesi, bütün canlı türlerinin (bitki/hayvan) korunmasıyla sağlanacaktır	,768		
Plastik ambalajlar, özellikle kaçınılması gereken bir faktördür.	,762		
Çevresel kirlilik ve doğal kaynakların bozulduğu düşüncesi, abartıldığını düşündüğüm için, beni fazla endişelendirmez. (T)	,757		
Çevre kirliliği ve doğal kaynaklardaki bozulma nedeniyle bitki ve hayvan çeşitliliğindeki azalma beni çileden çıkarır	,752		
Tüketicilere sunulan her türlü üründe çevreye veya sağlığa zararlı içerikler bulunması olasılığı beni rahatsız ediyor.	,748		
Çevre kirliliği ve doğal kaynaklardaki bozulma, bitki ve hayvan çeşitliliğini bitiren temel faktördür.	,661		
Tüketicilere sunulan yiyecek/gıda maddelerinin çoğunda sağlığa zararlı içerikler olduğuna inanıyorum.	,647		
Şehirlerdeki hava kirliliğinin çoğu otomobillerden kaynaklanmaktadır.	,570		
Toplam Açıklanan Varyans		53,32	
K.M.O Değeri: 0,866			

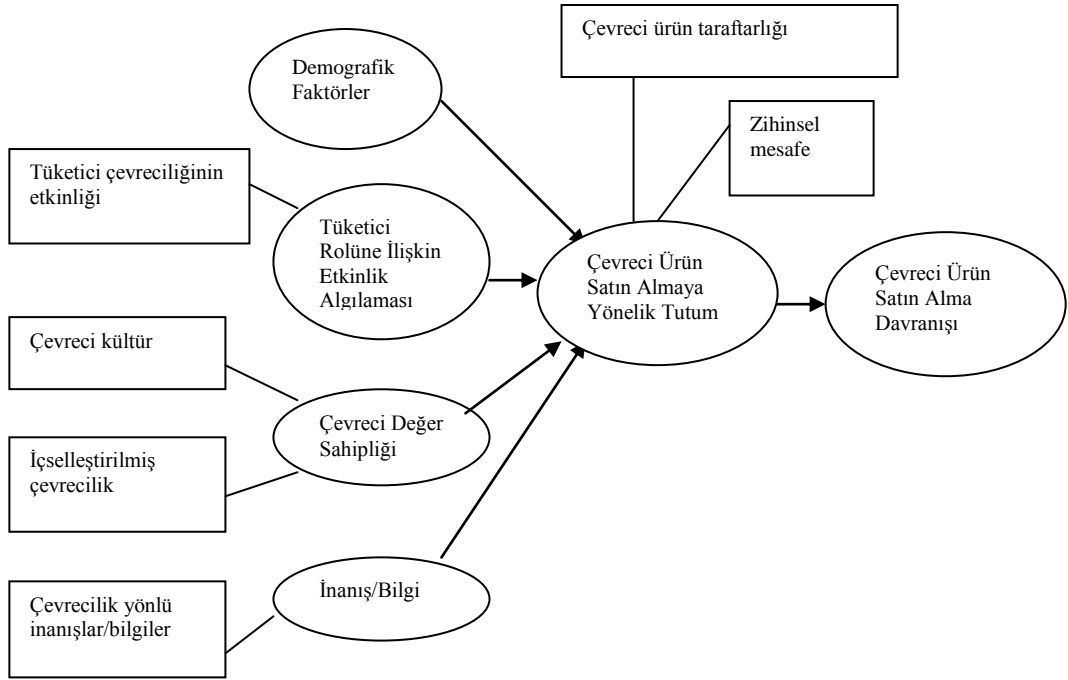
Tüketicilerin çevreci ürün satın alma davranışını ölçmek amacıyla, katılımcılara yöneltilen 9 ifadeye uygulanan faktör analizi sonuçları, bu ifadelerin tamamının tek bir boyuta ait olduğunu göstermektedir (Tablo 6). Bu boyut çerçevesinde açıklanan toplam varyans %66,98'dir. Bu boyutta yer alan ifadeler, doğrudan doğruya tüketicilerin çevreci ürünlere yönelik fiili satın alma davranışına ilişkin olduğu için, *çevreci satınalım* olarak adlandırılmıştır. Daha önceki analizlerde olduğu gibi, burada da alfa değerinin, kabul edilebilir alt sınır olan 0.70'in oldukça üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo-6: Çevreci Ürün Satın Alma Davranışı (ÇÜSAD) Boyutları

Faktörler	Faktör Yüklere	Açıklanan Varyansın % si	Cronbach Alfa
Faktör 1 : Çevreci Satınalma		66,98	0,937
Genellikle çevreye ve insan sağlığına olan etkisine bakmaksızın en düşük fiyatlı ürünleri satın alırım.	,874		
Ürünlerin çevreci olup olmadıkları, satın alma sırasında dikkat ettiğim bir kriter değildir (T)	,868		
Çevreye saygılı olmadığını duyduğum/bildiğim işletmelerin ürünlerini satın almam.	,867		
Mümkün olduğunca, tek kullanımlık kapları değil, yeniden kullanılabilir olanları satın alırım.	,844		
Kağıt ürünlerinde, özellikle yeniden kullanılabilir kağıt ürünlerini tercih ederim.	,820		
Yeniden kullanılabilir ürünleri, satın alma sırasında özellikle tercih ederim.	,810		
Sprey türü ürünleri mümkün olduğunca satın almam.	,782		
Eğer bazı ürünlerin çevreye zararlı olduğunu öğrenirsem, yine de alırım. (T)	,757		
Daha az elektrik tüketimi olan ürünleri satın alırım.	,647		
Toplam Açıklanan Varyans		66,98	

K.M.O Değeri: 0,929

Şekil-2: Çevreci Ürün Satın Alma Davranışı Belirleyicilerinin Faktör Boyutları



5. DEĞİŞKENLER ARASI İLİŞKİLER: REGRESYON ANALİZİ

Daha önce de belirtildiği gibi, bu çalışmanın temel amacı, üniversite öğrencisi olan tüketicilerin çevreci ürün satın alım davranışında, sahip oldukları tutumun etkisini ve ayrıca çeşitli faktörlerin hem tutum üzerindeki hem de doğrudan satın alma davranışındaki belirleyiciliğini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, ilk aşamada *çevreci ürün satın almaya yönelik tutum (ÇÜSYT)* ve ikinci aşamada da *çevreci ürün satın alma davranışı (ÇÜSAD)* bağımlı değişken olarak ele alınarak, Şekil 3’de gösterilen model çerçevesinde değişik regresyon modelleri incelenmiştir. Bu amaçla beş farklı modelin denenmesi uygun görülmüştür. Bu modellerden ilk ikisi (model 1 ve 2) çevreci ürün satın almaya yönelik tutumun (ÇÜSYT) boyutları olan çevreci ürün taraftarlığı ve zihinsel mesafe boyutlarını açıklamaya yönelik modellerdir. Üçüncü model, çevreci ürün satın almaya yönelik “*genel tutum*”un belirleyicilerini incelemektedir. Dördüncü model, nihai satın alma davranışı (ÇÜSAD) üzerinde tutum’un belirleyiciliğini analiz etmekte ve beşinci model ise araştırma modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin, nihai satın alma davranışını (ÇÜSAD)

açıklayıcılığı üzerinde durmaktadır. İlk üç modelde ve sonuncu model olan beşinci modelde, Şekil 2’de gösterilen tüm değişkenler yer almıştır. Demografik faktörler için kukla değişkenler atanarak analize elverişli hale getirilmiş ve incelenen her bir modele anlamlı katkı yapıp yapmadıkları açıkça gösterilmiştir. Bununla birlikte, demografik faktörler dışındaki bağımsız değişkenlerden sadece anlamlı açıklayıcılık özelliğine sahip değişkenler, tablolarda gösterilmiştir. Diğer değişkenler istatistiksel açıdan anlamlı olmadığından nihai modellerde gösterilmemiştir.

Kurulan modeller ve analiz sonuçları tablo 7’de sunulmaktadır. Bağımlı değişkenler, faktör boyutları sırasıyla y_1 ve y_2 , bağımsız değişkenler de faktör boyutları sırasıyla x_1 , x_2 , ... x_5 olmak üzere, her bir modele ilişkin formül şu şekildedir:

Model 1 – Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Tutumun Birinci Faktör Boyutu (çevreci ürün taraftarlığı) ile Bağımsız Değişkenlerin Faktör Boyutları Arasındaki İlişki

$$y_1 = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 \dots\dots + \beta_5 x_5$$

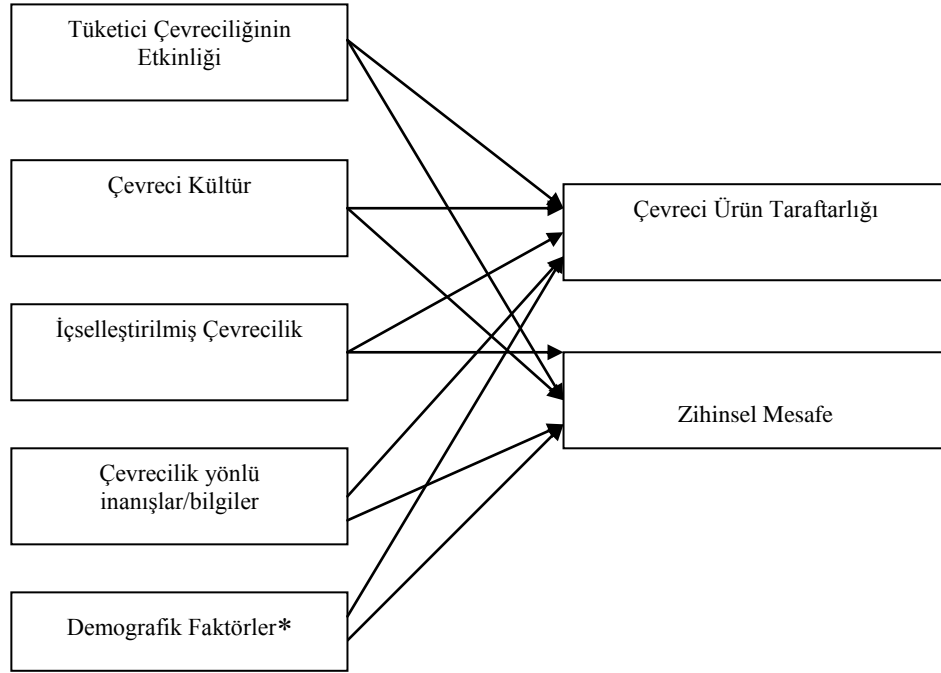
Model 2 – Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Tutumun İkinci Faktör Boyutu (zihinsel mesafe) ile Bağımsız Değişkenlerin Faktör Boyutları Arasındaki İlişki

$$y_2 = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 \dots\dots + \beta_5 x_5$$

Model 1’de F değeri 73.999’un, 0.00 anlamlılık düzeyinde geçerli olduğu görülmektedir (tablo 7). Bağımlı değişken *çevreci ürün taraftarlığı* ile toplam beş bağımsız değişken analize tabi tutulmuş, demografik faktörler kukla atamalardan dolayı genişletilmiş olarak gösterilmiştir². Analiz sonucunda, “çevrecilik yönlü inanışlar/bilgiler” (β : ,035; t: ,666; p: ,506) değişkeninin katkısı anlamsız çıktığından modelden çıkarılmıştır. Bağımsız değişkenler, bağımlı değişkendeki değişimin %64.9’unu açıklamaktadır. Demografik faktörlerin modele yaptığı katkı incelendiğinde cinsiyet, gelir düzeyi ve annenin eğitim düzeyi modeli açıklamada yetersiz kalmışlardır. Babanın eğitim düzeyi ise, cevaplayıcıların çevreci ürün taraftarlığına anlamlı katkı sağlamaktadır. Babanın üniversite mezunu olması durumu baz alındığında, diğer eğitim düzeyleri, cevaplayıcıların *çevreci ürün taraftarlığı*nı negatif yönde etkilemektedir. Bu durum, çevreci ürünleri dikkate alma veya çevreci tüketim ile ilgili tutum geliştirmede aile içinde babanın eğitim düzeyinin bir belirleyici olduğuna işaret etmektedir. Öte yandan, öğrencilerin okumakta oldukları sınıf düzeyinin etkisi incelendiğinde, yalnızca I. sınıftaki öğrencilerin farklılık

gösterdiği ve bunun dışında “üniversite içi eğitim düzeyinin” çevreci ürün taraftarlığı üzerinde anlamlı katkılar sağlamadığı görülmektedir. *Birinci sınıfta bulunmak ile çevreci ürün taraftarlığı* arasında negatif bir ilişki vardır. Diğer bir ifade ile, dördüncü sınıftaki öğrencilere kıyasla birinci sınıftaki öğrencilerin çevreci ürün taraftarlığı daha azdır.

Şekil-3: Regresyon Modelleri (1. ve 2. modeller)



* Cinsiyet, gelir düzeyi, okuldaki sınıf düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi

Tablo-7: ‘Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Tutum’un (ÇÜSYT) Faktör Boyutları ile Bağımsız Değişkenlerin Faktör Boyutları Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

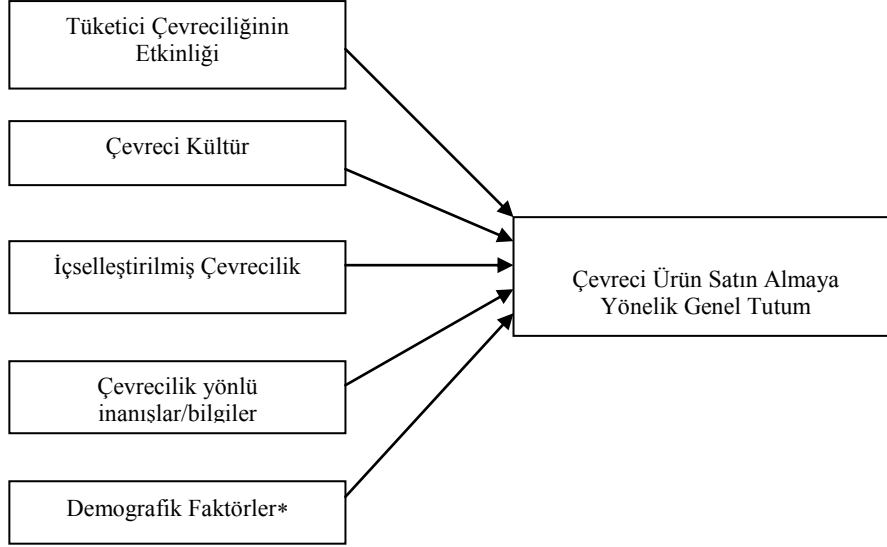
		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
Model 1	R²: 0.649 F: 73.999*	Beta		
	Tüketici Çevreciliğinin Etkinliği	,108	2,614	,009
	Çevreci Kültür	,717	16,544	,000
	İçselleştirilmiş Çevrecilik	,169	4,648	,000
	Sınıf I	-,065	-2,625	,009
	Sınıf II	,049	1,636	,102
	Sınıf III	,027	,929	,353
	Cinsiyet	,041	1,766	,078
	Gelir I ^a	-,009	-,250	,802
	Gelir II ^b	,063	1,481	,139
	Gelir III ^c	,070	1,964	,050
	Anne I (eğitimsiz)	,018	,439	,661
	Anne II (ilköğretim)	,011	,245	,806
	Anne III (lise)	,003	,091	,927
	Anne V (lisansüstü)	,012	,516	,606
	Baba I (eğitimsiz)	-,075	-3,359	,001
	Baba II (ilköğretim)	-,125	-3,812	,000
	Baba III (lise)	-,167	-4,246	,000
	Baba V (lisansüstü)	,041	1,674	,094
Bağımlı değişken : Çevreci ürün taraftarlığı				
Model 2	R²: 0.625 F: 66.641*			
	Tüketici Çevreciliğinin Etkinliği	-,375	-8,805	,000
	Çevreci Kültür	-,254	-5,667	,000
	İçselleştirilmiş Çevrecilik	-,391	-10,386	,000
	Sınıf I	,183	7,108	,000
	Sınıf II	,020	,652	,515
	Sınıf III	,035	1,172	,241
	Cinsiyet	,032	1,363	,173
	Gelir I ^a	-,022	-,603	,546
	Gelir II ^b	,049	1,120	,263
	Gelir III ^c	,006	,162	,872
	Anne I (eğitimsiz)	,206	4,948	,000
	Anne II (ilköğretim)	,218	4,628	,000
	Anne III (lise)	,117	3,029	,003
	Anne V (lisansüstü)	-,012	-,495	,621
	Baba I (eğitimsiz)	,186	5,979	,000
	Baba II (ilköğretim)	,056	2,421	,016
	Baba III (lise)	,052	2,018	,044
	Baba V (lisansüstü)	-,030	-,876	,381
Bağımlı değişken : Zihinsel mesafe				

* 0.01 anlamlılık düzeyi a: < 500 yıl , b: 500 – 999 yıl , c: 1000 -1499 yıl

Çevreci ürün satın almaya yönelik tutumun (ÇÜSYT) ikinci faktör boyutu olan *zihinsel mesafe* ile bağımsız değişkenler arasındaki analiz sonuçları model 2'de görülmektedir (Tablo 7). Bağımlı değişken *zihinsel mesafe* ile beş bağımsız değişken analize tabi tutulmuştur. $F=66.641$ ve p değeri 0.00 olduğundan model anlamlıdır. Demografik değişkenlerle birlikte ele alındığında bağımsız değişkenlerin modeli açıklama kabiliyeti %62.5'tir. Analiz sonuçlarına göre, bağımlı değişkendeki değişmeyi açıklayan en önemli faktör *içselleştirilmiş çevreciliktir*. İkinci derecede önemli olan faktör, *tüketici çevreciliğinin etkinliği algılaması* ve üçüncü derecede önemli faktör de *çevreci kültürdür*. Her üç değişken de, *çevreci ürün satın almaya yönelik zihinsel mesafe* bağımlı değişkeni ile negatif yönlü bir ilişkiye sahiptir. Buna göre; *içselleştirilmiş çevrecilik*, *tüketici çevreciliğinin etkinliğine ilişkin algılama* ve *çevreci kültür* arttıkça, çevreci ürün satın almaya yönelik zihinsel mesafe de azalacaktır.

Demografik faktörlere bakıldığında; fakülte I. sınıfta bulunan öğrencilerin, diğer sınıflarda bulunan öğrencilere göre modele daha anlamlı katkı yaptığı görülmektedir. Dolayısıyla, fakülte içi eğitim düzeyindeki azalma *çevreci ürün satın almaya yönelik zihinsel mesafe* için açıklayıcı olmaktadır. O halde, tersinden ifadesiyle, fakülte içi eğitim düzeyindeki artışla birlikte *çevreci ürün satın almaya yönelik zihinsel mesafe*'de azalmaktadır. Bu durum, üniversite eğitiminin, araştırmanın bağımsız değişkenlerinden olan çevreci kültür ve içselleştirme sürecine olumlu katkı yapma potansiyeline işaret etmektedir. Cinsiyet ve gelir faktörlerinin model üzerinde anlamlı bir katkısı yoktur.

Anne ve babanın eğitim düzeyi ise bağımlı değişkenin belirleyicileri arasında yer almıştır. Beta katsayılarına bakıldığında, anne ve babanın eğitim düzeyi yükseldikçe, modele olan katkı azalmaktadır. Diğer bir ifade ile, anne ve babanın eğitim düzeyi, öğrencilerin *çevreci ürün satın almaya yönelik zihinsel mesafe*'sini etkilemektedir. Anne ve babanın eğitim düzeyinin lisans veya lisansüstü olması durumu, kendi aralarında bir farklılık oluşturmamıştır.

Şekil-4: 3. Regresyon Modeli

* Cinsiyet, gelir düzeyi, okuldaki sınıf düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi

Genel araştırma modeline uygun olarak yapılan regresyon analizi sonucunda, çevreci ürün satın almaya yönelik tutum (ÇÜSYT) ile ilişkili bulunan bağımsız değişkenler; *tüketici çevreciliğinin etkinliği, çevreci kültür, içselleştirilmiş çevrecilik, anne ve babanın eğitim düzeyi* biçiminde sıralanmaktadır. Elde edilen bu sonuçların genel olarak ÇÜSYT ile ilişkisini incelemek ve bir anlamda sağlamasını yapmak amacıyla üçüncü bir model kurulmasına karar verilmiştir. Bu modelin bağımlı değişkeni, ÇÜSYT değişkeninin faktör analizindeki boyutlarının (tarafarlık – mesafe) aritmetik ortalaması ile belirlenmiştir. Böylece bu yeni bağımlı değişken *çevreci ürün satın almaya yönelik genel tutum* olarak tanımlanmıştır (şekil 4). Bağımsız değişkenler ile yeni tanımlanan bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi incelemek üzere aşağıdaki regresyon modeli kurulmuş ve analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar tablo 8’de sunulmaktadır.

Model 3 – ÇÜSYT değişkeninin faktör boyutlarını oluşturan ifadelerin aritmetik ortalamasıyla bulunan *Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Genel Tutum* ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişki

$$y_3 = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 \dots\dots\dots + \beta_5 x_5$$

Beş bağımsız değişken analize tabi tutulduğunda, F= 148.964 ve p=0.00 değerleri modelin bütünüyle anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde

kullanılan bütün değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklayabilme yüzdesi $R^2 = 0.788$ olarak bulunmuştur. Analiz sonucunda, araştırma modelinin bağımsız değişkenleri arasında yer alan *çevrecilik yönlü inanışlar/bilgiler* değişkeninin modele yaptığı katkı istatistiki olarak anlamsız bulunduğu için model 3'te görülmemektedir. Demografik faktörler dışındaki diğer değişkenlerin (*tüketici çevreciliğinin etkinliği, çevreci kültür, içselleştirilmiş çevrecilik*) tamamının anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Demografik faktörlere bakıldığında ise bunlardan sadece anne ve babanın eğitim düzeylerinin modele nisbi katkı yaptığı söylenebilir. Örneğin, anne veya babanın eğitim düzeylerinin ilköğretim ve daha altında olması durumunda, (üniversite mezunu anne veya babaya sahip olanlarla kıyaslandığında) cevaplayıcıların *çevreci ürün satın almaya yönelik genel tutumu* negatif yönde değişmektedir. Bunun dışındaki demografik değişkenler modele istatistiki olarak anlamlı katkı sağlamamaktadır.

Tablo-8: Çevreci Ürün Satın Almaya Yönelik Genel Tutum İle Bağımsız Değişkenlerin Faktör Boyutları Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

	Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
Model 3	R²: 0.788 F: 148.964*	Beta	
Tüketici Çevreciliğinin Etkinliği	,264	8,252	,000
Çevreci Kültür	,528	15,678	,000
İçselleştirilmiş Çevrecilik	,326	11,535	,000
Sınıf I	,023	1,209	,227
Sınıf II	,019	,655	,530
Sınıf III	-,008	-,372	,710
Cinsiyet	,037	1,512	,244
Gelir I ^a	-,017	-,647	,518
Gelir II ^b	-,012	-,516	,606
Gelir III ^c	-,049	-1,619	,093
Anne I (eğitimsiz)	-,076	-2,440	,015
Anne II (ilköğretim)	-,107	-3,038	,002
Anne III (lise)	-,049	-1,698	,090
Anne V (lisansüstü)	,006	,299	,765
Baba I (eğitimsiz)	-,042	-2,426	,015
Baba II (ilköğretim)	-,098	-3,869	,000
Baba III (lise)	-,023	-1,211	,226
Baba V (lisansüstü)	,014	,727	,468

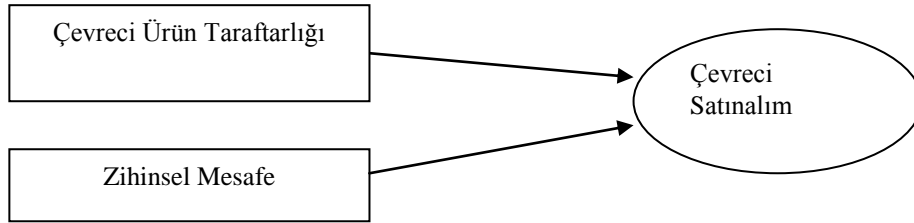
Bağımlı değişken: Çevreci ürün satın almaya yönelik genel tutum

* 0.01 anlamlılık düzeyi a: < 500 yıl , b: 500 – 999 yıl , c: 1000 – 1499 yıl

Tüketicilerin çevreci ürünlere yönelik geliştirdikleri tutumların *çevreci ürün satın alma davranışının* ortaya çıkmasındaki belirleyiciliğini görebilmek için, tutumu oluşturan boyutlar ile fiili satın alım davranışını inceleyen yeni bir regresyon modeli kurulmuştur (Şekil 5). Elde edilen sonuçlar tablo 9'de görülmektedir. Model 4'te $F= 1341.303$ ve $p:0.00$ olduğu için model anlamlıdır.

Bağımlı değişken *çevreci satın alım* ile iki bağımsız değişken analize tabi tutulmuş ve her iki değişkenin de modele katkı sağladığı görülmüştür. Bağımsız değişkenler, bağımlı değişkendirdeki değişimin %64.2 sini açıklamaktadır ki bu oran yüksek bir açıklayabilme düzeyi olarak kabul edilebilir. Zihinsel mesafe ile çevreci satın alım davranışı arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. *Zihinsel mesafe* arttıkça *çevreci satın alım davranışı* da azalmaktadır. *Çevreci ürün taraftarlığının* t değerinin (36,624), *zihinsel mesafe*'nin t değerinden (-22,921) büyük olması, çevreci satın alım davranışında çevreci ürün taraftarlığının daha etkili olduğunu göstermektedir.

Şekil-5: 4. Regresyon Modeli



Tablo-9: Çevreci Satın Alım Davranışı ile Bu Yöndeki Tutum Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu

		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
Model 4	R²: 0.642 F: 1341.303*	Beta		
	Çevreci Ürün Taraftarlığı	,647	36,624	,000
	Zihinsel Mesafe	-,484	-22,921	,000

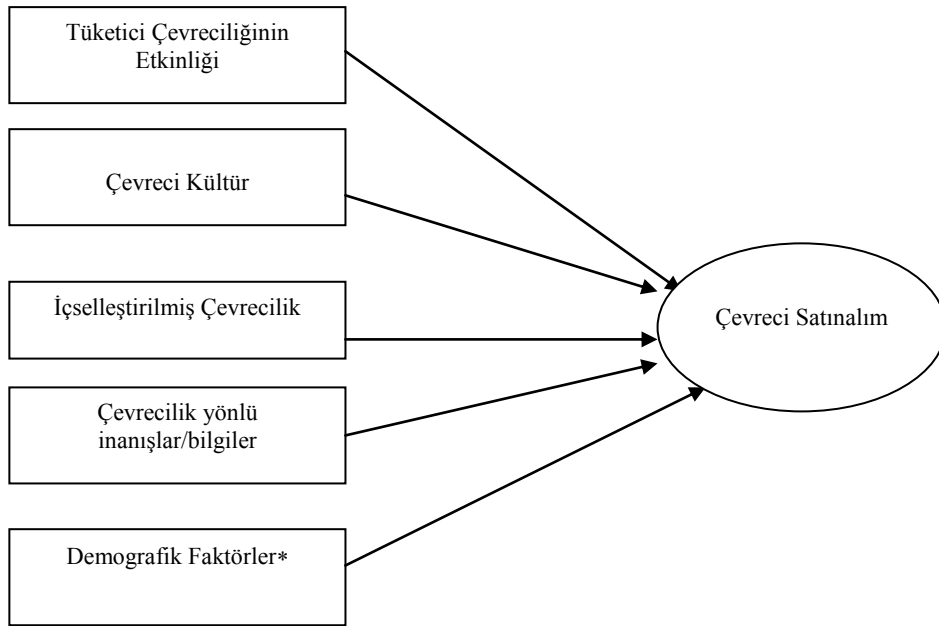
* 0.01 anlamlılık düzeyi

Son olarak, çevreci ürünlere yönelik tutum üzerinde etkili olduğu varsayılan ve belirleyicilikleri analiz edilen bağımsız değişkenlerin, doğrudan doğruya çevreci satın alım davranışı ile olan ilişkilerini tespit etmek amacıyla beşinci regresyon modeli kurulmuştur (Şekil 6). Tablo 10, beşinci regresyon modeline ilişkin sonuçları göstermektedir. Bu modelde F değeri 227.980, p: 0.00 anlamlılık düzeyinde geçerlidir. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerin *çevreci satın alım* bağımlı değişkenini açıklama oranı %85.1 olup, bu oran oldukça tatmin edici olarak değerlendirilebilir. Demografik faktörler dışındaki tüm bağımsız değişkenler modele istatistikî olarak anlamlı bir katkı yapmaktadır. En büyük katkının *içselleştirilmiş çevrecilik ve çevreci kültür* değişkenlerinden geldiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, içselleştirilmiş bir çevreci zihniyet, tüketicinin yaşamındaki diğer süreçlere yaptığı olası etkilerin

yanısıra, satın alım sürecinde de tüketiciyi yönlendiren temel bir faktör olmaktadır. Bunun yanında, tüketicilerin sahip olduğu genel bir çevreci kültür de satın alım sürecinde etkisini göstermektedir.

Demografik değişkenler incelendiğinde ise, fakülte içi farklı sınıf düzeylerinin *çevreci satın alım davranışı* açısından bir farklılık oluşturmadığı söylenecektir. Diğer taraftan, yüksek gelir grubunda yer alan tüketicilere göre daha alt gelir grubunda yer alanların *çevreci ürün satın alım davranışı* negatif yönlüdür. Bu durum, tüketici gelir düzeyinin, çevreci ürün yönlü satın alım davranışının oluşmasında doğrudan bir belirleyici olduğuna işaret etmektedir. Anne ve babanın eğitim düzeyleri *çevreci satın alım davranışında* nisbi olarak belirleyicidir. Örneğin, ilköğretim ve altındaki bir eğitim düzeyine sahip ebeveynin çocukları, çevreci satın alım davranışı açısından, üniversite mezunu bir ebeveynin çocuklarına göre daha olumsuz bir davranış sergilemektedir.

Şekil-6: 5. Regresyon Modeli



* Cinsiyet, gelir düzeyi, okuldaki sınıf düzeyi, anne eğitim düzeyi, baba eğitim düzeyi

Tablo-10: Çevreci Satın Alım Davranışı İle Bağımsız Değişken Boyutları Arasındaki Regresyon Analizi Sonucu

	Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
Model 5	R²: 0.851 F: 227.980*		
	Beta		
Tüketici Çevreciliğinin Etkinliği	,161	5,973	,000
Çevreci Kültür	,329	11,646	,000
İçselleştirilmiş Çevrecilik	,359	15,127	,000
Çevrecilik Yönlü İnanış/Bilgi	,213	6,267	,000
Sınıf I	,011	,681	,496
Sınıf II	-,012	-,637	,524
Sınıf III	,016	,850	,396
Gelir I (en alt gelir düzeyi) ^a	-,077	-3,439	,001
Gelir II (alt gelir düzeyi) ^b	-,150	-6,240	,000
Gelir III (orta gelir düzeyi) ^c	-,172	-6,479	,000
Anne I (eğitimsiz)	-,110	-4,506	,000
Anne II (ilköğretim)	-,086	-2,561	,011
Anne III (lise)	,044	1,489	,137
Anne V (lisansüstü)	,000	,020	,984
Baba I (eğitimsiz)	-,135	-5,880	,000
Baba II (ilköğretim)	-,073	-2,378	,018
Baba III (lise)	,022	1,357	,175
Baba V (lisansüstü)	,000	-,013	,990
	Bağımlı değişken: Çevreci satın alım davranışı		

* 0.01 anlamlılık düzeyi a: < 500 yıl , b: 500 – 999 yıl , c: 1000 – 1499 yıl

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışmada, üniversite öğrencileri örneklemini çerçevesinde, çevre bilinçli tüketici davranışları ele alınmıştır. Tüketicilerin sahip olduğu çevre bilinci ile bu bilinç düzeyinin tüketim sürecine yansımaları incelenmiştir. Buna göre, çevreci ürün satın almaya yönelik tutum geliştirme sürecinin belirleyici faktörleri; *tüketicilerin genel olarak sahip oldukları çevreci kültür*, çevrecilik anlayışının tüketiciler tarafından *içselleştirilme düzeyi*, tüketicinin çevreci kimliğe sahip olması durumunda bunun yapacağı etki düzeyine ilişkin *algılamalar* ve tüketicilerin sahip olduğu *çevrecilik yönlü inanışlar/bilgilerdir*. Araştırma sonuçları, bu faktörlerin olumlu ya da olumsuz yöndeki etkileri sonucunda *çevreci ürün satın almaya yönelik tutumun* iki ayrı biçimde ortaya çıktığını göstermektedir. Bunlar, çevreci ürünlere yönelik bir taraftarlık ya da tüketicinin çevreci ürünlere yönelik olarak geliştirdiği zihinsel mesafedir. Verilerin analizi açıkça ortaya koymaktadır ki, zihinsel mesafenin azalması ve çevreci ürün taraftarlığının artması, çevreci satın alım davranışını da önemli

ölçüde açıklamaktadır. Öyleyse çevreci satın alım davranışı yaratmak için, öncelikle bireylerin çevrecilik yönlü yaklaşımlara inanmaları sağlanmalıdır. Bu inancın, çevrecilik düşüncesinin içselleştirilmesinde temel aşama olması beklenmelidir. Genel olarak çevrecilik akımına olan inanç ve sahiplenmenin, tüketim sürecini de “çevreci” bir kimliğe kavuşturacağı söylenebilir.

Çevreci ürün satın alma davranışı geliştirmede üst gelir düzeyindeki öğrencilerle daha alt gelir düzeyindeki öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Bu durumda “gelir düzeyi” faktörünün çevreci ürünlere yönelmede belirleyici bir faktör olduğu ifade edilebilir. Öte yandan, üniversite içi eğitim düzeyi farklılıklarının (öğrencilerin hangi sınıfta olduklarının), çevreci satın alım davranışı açısından önemli olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, öğrencilerin sınıf düzeyleri çevreci satın alma davranışında anlamlı bir farklılığa yol açmamaktadır. Bununla birlikte, anne ve babanın eğitim düzeyinin, öğrencilerin tüketim davranışlarının “çevreci” veya “çevreci olmayan” biçimde ayrılaşmasında önde gelen bir belirleyici olduğu görülmüştür. Araştırmada incelenen örneklem grubunun üniversite öğrencileri olduğu düşünülürse, toplumun en eğitilmiş kesiminde bile, ortaya konulan tutum ve davranışların anne-babanın eğitim düzeyinden bağımsız kalamadığını söylemek mümkündür. O halde, bugünkü tüketim toplumunun *çevreci tüketim toplumuna* dönüşebilmesi için, yarımın anne ve babalarının bugünden bu yönde eğitilmesi ve donanımlı hale getirilmesi, yüksek standartlı bir toplumsal yaşam adına stratejik bir önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, tüm dünyada geçerli olan bir trend çerçevesinde, günümüzde bütün toplumlar için kullanılabilir ortak tanımlamalardan biri de ‘tüketim toplumu’ tanımlamasıdır. Tüketim toplumlarında, çok büyük boyutlarda ve çeşitlilikte bir tüketim davranışı ve eğilimi söz konusu olmaktadır. Tüketimin çok büyük boyutlara ulaşması ve gerçekleşen para hareketlerine paralel olarak tüketicinin konumu da, üreticiler ve satıcılar karşısında oldukça itibarlı bir niteliğe ulaşmıştır. Bu durum tüketicilerin görüş, davranış ve eğilimlerinin üretici ve satıcılar tarafından önemle dikkate alınmasını gündeme getirmektedir. O halde denilebilir ki, tüketicilerin ortaya koyacakları tutum ve davranışlar, bütün pazar süreçlerini etkileyebilecek ve hatta şekillendirebilecek bir potansiyeli ifade etmektedir. Öte yandan, tüketim faaliyetinin çok büyük boyutlarda gerçekleşmesi; yapılan faaliyetlerin, sadece bireysel tüketimler olmasının ötesine geçmekte ve toplumsal yaşamı, yaşam kalitesini doğrudan etkileyen bir faktöre dönüşmektedir.

Bu durumda, sürdürülebilir yüksek standartlara sahip bir toplumsal yaşamı gerçekleştirmede, bir yandan işletmeler diğer yandan da tüketiciler önemli bir sorumluluğa ortak olmaktadır. Bugün artık işletmelerin gerçek yönlendiricileri konumunda olan tüketiciler, bu yönde süreci şekillendirecek bir

gücü ellerinde tutmaktadırlar. İşletmelerin gerek üretim ve gerekse satış sürecinde davranışlarını şekillendirecek asıl etken, tüketicilerin, ellerinde bulunan bu gücün farkında olma düzeyleridir. Yüksek standartlara sahip bir toplumsal yaşamın temel unsurlarından birisi; üretim ve tüketim faaliyetleri süreçlerinde “çevre” konularının dikkate alınmasıdır. Çünkü yukarıda da dile getirildiği gibi, üretim ve tüketim faaliyetleri toplumsal yaşamın çok büyük bir alanını kapsamaktadır. Ekolojik sisteme en az veren ürünlerin yaygınlaşması, bunların üretim ve tüketim süreçlerinde ekosisteme en az zararın verilmesi, tüketici ve toplum sağlığının ön plana çıkarılması, çevreci ilginin tüketim toplumundaki yansımalarıdır. Üretim ve tüketim süreçlerinde çevresel konuların/ilgilerin ön plana çıkarılması, “bilinç” kavramını akla getirmektedir. Bilinçli üreticiler ve bilinçli tüketicilerle, çevreci yaklaşımlar geliştirmek ve yüksek standartlı bir toplumsal yaşam inşa etmek mümkün olacaktır.

Bu bağlamda, işletmelerin kendi başlarına çevre bilincine sahip ve bu bilincin gereğini yerine getiren aktörler olmasını beklemek, doğru ve doğal bir beklenti olsa da, fiili durumda işletmelerin, ticari nitelikleri öne çıkan yapılar olması ve dolayısıyla ticari kaygıların esas alınması, bu beklentileri etkisizleştirmektedir. Dolayısıyla, burada da hareketin başlamasında ve sürecin şekillenmesinde aktif rolü üstlenecek olan, tüketicilerdir. Kısaca, çevre bilinçli tüketicilerin ortaya çıkması, çoğalması ve etkinliklerinin artması; tüm pazar faaliyetlerinin de çevreci duyarlılıklarla donatılması ve işletmecilik faaliyetlerinin çevreci bir zihniyetle bütünleşmesi anlamına gelecektir. Dikkatten kaçırılmaması gereken bir nokta da, bu çalışmada incelenen kitlenin bütünüyle ‘eğitimli bireylerden’ meydana gelmiş olmasıdır. Eğitimli bireylerden elde edilen veriler ile eğitimsiz bireylerden veya bu konuda homojen olmayan gruplardan sağlanacak veriler farklılaşabilecektir. Dolayısıyla, ulaşılacak olan sonuçlar yorumlanırken bu durum göz önünde bulundurulmalıdır.

NOTLAR

¹ Detaylı bilgi için bkz. Sanjay K. Jain, Gurmeet Kaur, “Green Marketing: An Attitudinal and Behavioral Analysis of Indian Consumers”, *Global Business Review*, 5 (2), 2004; Ricky Y.K.Chan, “Determinants of Chinese Consumers’ Green Purchase Behavior”, *Psychology & Marketing*, 18(4), 2001; My H.Bui, “Environmental Marketing: A Model of Consumer Behavior”, *Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators*, 2005.

² Tüm regresyon analizleri boyunca, demografik faktörlerin incelenmesi kukla değişkenler ile yapıldığından, baz kategorileri sözkonusudur. Bunlar: *cinsiyet* için; bayan tüketiciler, *eğitim durumu* için; son sınıf öğrencileri, *gelir* için; en üst gelir grubunda (>1500 ytl) yer alanlar, *anne eğitim düzeyi* için; fakülte, *baba eğitim düzeyi* için; fakülte, şeklinde sıralanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arabacıolu, Z. (1992) "Environmental Concern and Attitudes and Its Impact on Buying Behaviour" **Yüksek Lisans Tezi**, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ay, C ve Z. Ecevit (2005) "Çevre Bilinçli Tüketiciler", **Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi**, 10, 238-263.
- Babekoğlu, Y. (2000) "Tüketicilerin Demografik Özellikleri İle Bireysel Tutumlarının Sorumlu Tüketim Davranışları Üzerindeki Etkisi, Ankara Üniversitesi FBE, Ev Ekonomisi ABD, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Ankara.
- Bayraktar, M ve Y. Mert (1994) "Tüketicilerin Çevreye Yönelik Tutumları ve Tüketici Özellikleri, **Standart Dergisi**, 39 (Eylül), 27-32.
- Charter M, K. Peattie, J. Ottman, M.J. Polonsky (2002) **Marketing and Sustainability** The Centre for Sustainability Design, Brass.
- Çabuk, S ve B. Nakiboğlu (2004) "Çevreci Pazarlama Ve Tüketicilerin Çevreci Tutumlarının Satınalma Davranışlarına Etkileri İle İlgili Bir Uygulama", **Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi**, 12(12), 39-54.
- Diamantopoulos, A., B. Schlegelmilch, R. Sinkovics, G. Bohlen (2003) "Can Socio-Demographics Still Play a Role in Profiling Green Consumers ? A Review of the Evidence and an Empirical Investigation", **Journal of Business Research**, 465-480.
- Fisher, A. (1990) "What Consumers Want in the 1990's", **Fortune**, 121, 108-112.
- Gilg, A., S. Barr, N. Ford (2005) "Green Consumption or Sustainable Lifestyles? Identifying the Sustainable Consumer", **Futures**, 37, 481-504.
- Hair, J. F., Jr. R. E. Anderson, R. L. Tatham, W. C. Black. (1998) **Multivariate Data Analysis**, (5th ed), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kalafatis, P. S., M. Pollard, R. East, M. H. Tsagos. (1999) "Green Marketing and Ajzen's Theory of Planned Behaviour: A Cross-Market Examination", **Journal of Consumer Marketing**, 6(5), 441-460.
- Nakip M. (2003) **Pazarlama Araştırmaları, Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar**, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Nemli E. (2000) **Çevre Duyarlı İşletmecilik ve Türk Sanayinde Çevre Yönetim Sistemi Uygulamaları**, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası.

- Odabaşı, Y. (1992) “Yeşil Pazarlama: Kavram ve Gelişmeler”, **Pazarlama Dünyası Dergisi** 6(36), içerisinde S. Jim (1991) “Green Labels for Consumers, **The OECD Observer**, April-May, 29.
- Ottman, A. J. (1994) **Green Marketing, Challenges & Opportunities for the New Marketing Age**, Lincolnwood: NTC Business Boks.
- Peattie, K. (2001) “Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing”, **The Marketing Review**, 2, 129-146.
- Polonsky, M. J and P. J. Rosenberger (2001) “Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach”, **Business Horizons**, 44(5), 21 -31.
- Roberts, J. A. (1996) “Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising”. **Journal of Business Research**, 36(3), 217-231.
- Roberts, J. A. and D. R. Bacon (1997) “Exploring The Subtle Relationships between Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behavior”, **Journal of Business Research**, 40(1), 79-89.
- Straughan, R. D. and J. A. Roberts (1999) “Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behavior in The New Millennium”, **Journal of Consumer Marketing**, 16(6), 558-575.
- Tarhan, B. (1996) **Turkish Consumers Perceptions of Environmental Claims**, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Torlak, Ö. (2001) **Pazarlama Ahlakı**, İstanbul: Beta.
- Yazıcı, E. (2003) **Türk Üniversite Gençliği Araştırması**, Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, B. (1994) “Pazarlama Kavramındaki Değişim Analizi ve Bu Değişmeler Sonucunda Ortaya Çıkan Friendly Marketing Tekniği”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, 48(Kasım-Aralık), 21-32.
- Zinkhan, G. M and L. Carlson, (1995) “Green Advertising and the Reluctant Consumer”, **Journal of Advertising**, 24, 1-6.

KREDİ KARTINI BİLİNÇLİ KULLANAN VE KULLANMAYAN TÜKETİCİLERİ AYIRMADA KULLANILABİLECEK TEMEL BELİRLEYİCİLER ÜZERİNE BİR PİLOT ARAŞTIRMA

Tülay YENİÇERİ*
Ulun AKTURAN**

Öz

Kredi kartı kullanımı 1960'lerde başlamış ve günümüze kadar giderek artan bir trend göstermiştir. Ancak kredi kartı kullanımının hızla gelişmesi ve "borç tüketimi"nin her geçen yıl katlanarak artması kredi kartı borçlanmasının, hem bireysel hem de toplumsal bir sorun olmasına yol açmıştır. Bu açıdan bakıldığında kredi kartı kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi ve kredi kartını bilinçsiz kullanan tüketicilerin profillerinin çıkarılması oldukça önemlidir. Bu çalışmada, kredi kartını kullanmada rasyonel ve rasyonel olmayan bir biçimde hareket eden tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi ve bu bağlamda ayırdedici değişkenlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Buradan hareketle çalışmada öncelikli olarak kredi kartı kullanım segmentlerinin belirlenmesi için kümeleme analizi yapılmış ve bu doğrultuda kredi kartını bilinçli ve bilinçsiz kullanan tüketici grupları saptanmıştır. Daha sonra araştırma hipotezlerini test edebilmek ve temel ayırıcı değişkenleri belirleyebilmek için diskriminant analizi kullanılmıştır. Diskriminant analizi sonuçlarına göre kredi kartını bilinçli ve bilinçsiz kullanan tüketicilerin kompulsif satınalma davranışı, moda yönelilik, alışverişten zevk alma ve fiyata karşı duyarlı olma hususları temelinde toplam 19 değişken doğrultusunda farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kredi kartı kullanımı, moda yönelilik, fiyat duyarlılığı, kompulsif satınalma, diskriminant analizi, kümeleme analizi.

*Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İşletme Bölümü, AKSARAY, tyeniceri@gmail.com

**Arş. Gör., Galatasaray Üniversitesi, İşletme Bölümü, Ortaköy/İSTANBUL, ualtinisik@gsu.edu.tr

Abstract

A Pilot Study on Basic Determiners to be Used for Distinguishing Between the Consumers Who Use Credit Cards Judiciously and Who Don't

Credit Card usage has started in 1960s and showed a tremendous growing trend. That accelerating increase in the credit card usage as an alternative payment medium and the rise in the “debt consumption” caused credit card debts to be a crucial personal and also social problem. In that scope, identifying the credit card usage patterns and profiling the irrational users is an important issue. This research is aimed to identify the credit card usage patterns and through that determine the discriminating variables between rational and irrational credit card users. First, in order to specify the user segments, cluster analysis was used and according to that rational and irrational credit card users were described. Then in order to test the research hypothesis and to determine the discriminating variables, discriminant analysis was used. As a result of the discriminant analysis, it was found that the rational and irrational credit card users were discriminating on the basis of compulsive buying behavior, fashion orientation, shopping enjoyment and price sensitivity through 19 variables.

Keywords: Credit card usage, fashion orientation, price sensitivity, compulsive buying, discriminant analysis, cluster analysis

GİRİŞ

Kredi kartları, belli kredi limitleri içinde nakit kullanmadan, alışveriş ve hizmet harcamalarını karşılama olanağı veren ödeme araçlarıdır. Dünyada kredi kartı kullanımını 1960’lı yıllarda başlamış ve günümüze kadar artarak gelmiştir. 1970’li yıllardan 1980’li yılların başına kadar ABD’de kredi kartları segmenti, tüketici kredileri pazarında en hızlı gelişen segment olmuştur (Kaynak ve Harcar, 2001: 24).

Ülkemizde ise 1968 yılında kredilendirme niteliği olmayan ilk kredi kartı çıkarılmış ve piyasadaki ilgi ve getirdiği karlılık sebebiyle 1980’li yıllarda banka kartlarının çıkarılmasına başlanmıştır. Banka kartları ve kredi kartlarının; kişiyi para taşıma zorunluluğundan kurtarmaları, çalınma ve kaybolma gibi olası tehlikelerden daha kolay bir biçimde koruyabilmeleri ve ödemelerin hızlı, kolay ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamaları nedeniyle tüketiciler ve işyerleri tarafından kullanımları artmıştır. 1970’lerde 10 bini geçmeyen kredi kartı sayısı, 2005 yılı sonunda 30 milyona ulaşmıştır (BKM, Yıllık İstatistikler). Genel olarak bu derece yaygın bir kullanıma sahip olması dolayısıyla tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarının tespit edilmesi ve ayırddediçi değişkenlerin saptanması tüketici ve tüketim alışkanlıklarının daha iyi anlaşılması açısından önemlidir.

Literatürde kredi kartı kullanımına ilişkin yürütülen araştırmalarda kredi kartı kullanıcıları kredi kartı kullanmayanlarla karşılaştırılmış ve kredi kartı kullanımına ilişkin davranışsal modeller, kredi kartı kullanıcılarının sosyo-demografik özellikleri ve yaşam stilleri açısından farklılaşan özelliklerini belirlemeye yönelik olarak dizayn edilmiştir.

Bu araştırmada kredi kartını bilinçli ve bilinçsiz kullanan tüketicilerin ayrımı yapılmakta ve her iki tür tüketicinin de sosyo-demografik özelliklerinin yanısıra kompulsif satınalma davranışı, fiyat duyarlılığı, moda yönlü olma ve alışverişten zevk alma gibi özellikleri doğrultusunda farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmaktadır.

1. ARAŞTIRMA KONUSUNUN GEÇMİŞİ

Kredi kartı kullanımı tüketiciler için iki farklı fonksiyonu gerçekleştirmektedir. Bunlar, kredi kartlarının hem bir ödeme aracı hem de bir kredi kaynağı olmasıdır (Lee ve Kwon, 2002: 241). Tüketicilerin kredi kartı kullanımına ilişkin tutum ve davranışlarını etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik olarak literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu davranışsal çalışmaların çoğu tanımlayıcı araştırmalardır (Plummer, 1971; Feinberg, 1986; Adcock, Goldstucker ve Hirschman, 1977; Barker ve Şekeraya, 1992; Delener ve Katzenstein, 1994; Kaynak ve Harcar, 2001; Roberts ve Jones, 2001).

Bu çalışmaların çoğunluğunda kredi kartı sahipliği tüketicilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleriyle ilişkilendirilmiştir (Kaynak ve Harcar, 2001: 37; Barker ve Sekerkaya, 1992: 31; Plummer, 1971: 41). Şöyle ki, eğitim seviyesi yüksek, orta yaşlı ve orta-üst sosyal sınıf üyesi kişilerin kredi kartı sahipliği diğer gruplara nazaran daha fazladır. Ayrıca kredi kartı kullanıcılarının profilleri sosyo-demografik özelliklerinin yanısıra yaşam stillerine göre de araştırılmış ve çoğu kredi kartı sahibinin görünüşe önem veren, başkalarından farklı görünmek isteyen, aktif, yeniliklere açık ve günceli takip eden kişiler olduğu ortaya konmuştur (Adcock vd., 1977: 238). Yine, Martell ve Fitts (1981) tarafından yürütülen bir çalışmada evli, birden fazla banka hesabı bulunan ve gelir seviyesi yüksek kişilerin kredi kartı kullandıkları saptanmıştır (Delener ve Katzenstein, 1994: 14). Bu çalışmalar sadece kredi kartı sahiplerinin sosyo-demografik özellikleri ve yaşam stili anlayışı doğrultusunda yürütülmüştür.

Bunlara ek olarak kompulsif satınalma davranışı, fiyat duyarlılığı, alışverişten zevk alma ve moda yönlü olmanın da tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Tüketicilerin kompulsif bir satınalma davranışı içinde bulunmaları da kredi kartı kullanımlarını büyük ölçüde etkilemektedir (Park ve Burns, 2005: 138; Roberts, 1998: 312; d'Astous, 1990: 15; Roberts ve Jones, 2001: 229). Kompulsif satınalma davranışı, bir başka deyişle satınalma takıntısı, Faber ve O'Guinn (1989: 149) tarafından, olumsuz bir duygu veya olaya istinaden gelişen kronik ve tekrarlayan satınalma davranışı olarak tanımlanmıştır. Daha kapsamlı bir tanımlama ise Edwards (1992: 54) tarafından yapılmıştır. Buna göre kompulsif satınalma davranışı, satınalmaya ilişkin olarak güçlü, kontrol edilemeyen ve tekrarlayan bir dürtü ile gelişen, sonuçların gözardı edildiği anormal ve kronik bir alışveriş veya harcama formudur. Bir başka deyişle, psiko-sosyal kaynaklı patolojik bir bağımlılıktır. Buradan hareketle kompulsif satınalma davranışının özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Valance vd., 1988: 420):

- Tüketime ilişkin saplantı ve takıntı düzeyinde bir istek
- Kişisel bağımlılık ve kontrol kaybı
- Bir ürünün tüketimini artırmaya eğilim

Kompulsif tüketici psikolojik tansiyonu azaltma amacını gütmektedir. Satınalmayı, gerilimi ve endişeyi azaltacak bir faaliyet olarak görmektedir. Öncelikli ve temel amacı ürüne sahip olmak değil, içinde bulunduğu gerilimi azaltmaktır (Valance vd., 1988: 421).

Kompulsif tüketici, çeşitli düzeylerde suçluluk veya depresyon hissetmekte ve dolayısıyla bir satınalma evresine girmektedir (Hassay ve Smith, 1996: 745). Bununla birlikte satınaldıklarını ya iade etmeyi denemekte ya da diğer insanlardan saklama eğilimi göstermektedir (Hassay ve Smith, 1996: 748; Faber ve O'Guinn, 1988: 100). Keza kompulsif satınalma bireyin ailesini ve arkadaşlarını etkilemesinin yanı sıra uzun vadede toplumun ekonomik, sağlık ve güvenlik mekanizmalarını da olumsuz etkilemektedir (Faber ve O'Guinn, 1992: 467).

Tüketicilerin kredi kartı kullanımına etki eden bir diğer unsur moda yönlülüktür. Moda yönlülük, satınalma davranışıyla doğrudan ilişkili olan yaşam stili karakteristiklerini tanımlamada kullanılmaktadır (Gutman ve Mills, 1982: 68). Moda yönlü tüketiciler modayı takip etmekte ve iyi giyinmenin önemli olduğuna inanmaktadır. Keza bu tüketiciler için son moda trendleri uygulayan bir moda öncüsü olmak önemlidir. Dolayısıyla kredi kartlarının sağladığı kullanım kolaylığı ve "şimdi al, daha sonra öde" filozofisi tüketicilerin moda trendlerini takip edebilmelerini teşvik etmektedir (Park ve Burns, 2005: 138). Bunun yanısıra giyimin önemli bir görüntü ve statü göstergesi olmasından dolayı moda yönlülüğün materyalizmle de ilişkili olduğu düşünülmektedir (Park ve Burns, 2005: 137). Materyalizm ise doğrudan kompulsif satınalma

davranışını (Faber ve O'Guinn, 1992: 465) ve dolayısıyla kredi kartı kullanımını etkileyen bir faktördür.

Kredi kartı kullanım alışkanlıklarında önemli olan bir diğer faktör alışverişten alınan hazdır. Tüketicilerin alışveriş yapmaktan zevk almaları, herhangi bir ürün satınalmaları bile mağazalara gözetmaktan hoşlanmaları, sık alışverişe çıkmaları, farklı mağazalardan alışveriş yapmaları anlık satınalma dürtülerini etkilemektedir (Beatty ve Ferrel, 1998: 185). Dolayısıyla bu açıdan alışverişten zevk almanın kredi kartı kullanımını artıracığı düşünülmektedir.

Yine kredi kartı kullanımını belirleyen bir diğer unsur tüketicilerin fiyata karşı duyarlılıklarıdır. Tokonaga (1993) tarafından yapılan bir çalışma, kredi kartını yoğun olarak kullanan kişilerin kullanmayanlara nazaran daha az fiyat bilinçli olduklarını ortaya koymuştur (Wang, 2006: 24). Keza fiyata karşı duyarlı olmamak kompulsif tüketicilerin de ayırmedici bir özelliğidir (Roberts ve Jones, 2001: 235).

2. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE KISITLARI

Son 40 yıldır hayatımızda olan kredi kartlarının sayısı piyasaya ilk çıktıklarından bu yana katlanarak artmaktadır. Ancak bu geçen süreç içerisinde sadece kredi kartı sayısı değil, kredi kartı borçları da önemli oranlarda artış göstermiştir. Kredi kartı kullanımının genele yayılmış olması dolayısıyla kredi kartı borçlanması kitlesel bir borçlanmayı doğurmakta ve toplumun genelini etkileyen sosyal bir problem olmaktadır. Bu açıdan kredi kartı kullanım alışkanlıklarının tespit edilmesi ve kredi kartını bilinçli ve bilinçsiz kullanan tüketicileri ayırmeden unsurların belirlenmesi önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Buradan hareketle, araştırmanın temel amacı, tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarının ayırıcı değişkenler vasıtasıyla doğru tahminlenip tahminlenemeyeceğini belirleyebilmektir. Bir başka deyişle, kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicileri farklılaştıran belirleyicileri saptayabilmektir.

Kredi kartı kullanım alışkanlıkları itibariyle tüketicileri ayırmeden değişkenlerin tespit edilebilmesi amacıyla yapılmış olan bu çalışmanın anakütlesi, kredi kartı sahibi olan ve kıyafet satınalırken kredi kartı kullanan kadın tüketicilerden oluşmaktadır. Bunun nedeni kadınların erkeklere göre dış görünüşlerine daha fazla önem vermeleri, moda ile daha fazla ilgilenmeleri ve görünüş için daha fazla para harcamalarından kaynaklanmaktadır (Burton vd., 1994: 71; Mitchell ve Walsh, 2004: 333). Araştırmanın bir diğer kısıtı da

araştırma kapsamına sadece giyim ürünlerinin dahil edilmesidir. Bunun nedeni ise, yapılan ön çalışma sonucunda kadınların ağırlıklı olarak kıyafet satın alınırken kredi kartı kullanmalarının tespit edilmesinden kaynaklanmaktadır. Bütün bu kısıtlarına rağmen, araştırma sonuçlarının giyim sektöründe faaliyet gösteren perakendecilere, bankalara, kredi kartı ile ilgili düzenleme yetkisine sahip olanlara (hükümet vb.) ve bu konu ile ilgili çalışacak olan akademisyenlere önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Örnekleme Süreci

Kredi kartı kullanım alışkanlığı farklı olan tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri, satınalma davranışları, fiyat duyarlılıkları, moda yönelimlilikleri itibariyle farklılıklarını test etmeye yönelik olan bu çalışmada veri ve bilgilerin toplanmasında yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Anket formu hazırlanmadan önce konu ile ilgili olarak gerekli literatür taraması yapılmıştır. Anket formu hazırlanırken yararlanılan kaynaklar Tablo 1’de görülebilir.

Anket formu uygulanmadan önce soruların anlaşılabilirliğini, cevap verme süresini test edebilmek amacıyla 30 kişiye ön anket uygulanmıştır. Ön anket sonuçlarına göre anket formunda gerekli düzeltme ve sadeleştirmeler yapıldıktan sonra anket uygulamasına geçilmiştir. Anket uygulaması İstanbul’un farklı sosyo-demografik özelliklere sahip olduğu düşünülen üç bölgesinde yer alan alışveriş merkezlerinde (Olivium, Carousel ve Akmerkez) gerçekleştirilmiştir.

Anket uygulaması, üç alışveriş merkezinde eş zamanlı olarak ve her bir mağazada bir anketör tarafından yürütülmüştür. Bununla birlikte, anket uygulamasına geçilmeden önce anketörlere araştırmanın amacı, kapsamı ve anket formunda bulunan soruların tek tek anlatıldığı bir eğitim verilmiştir.

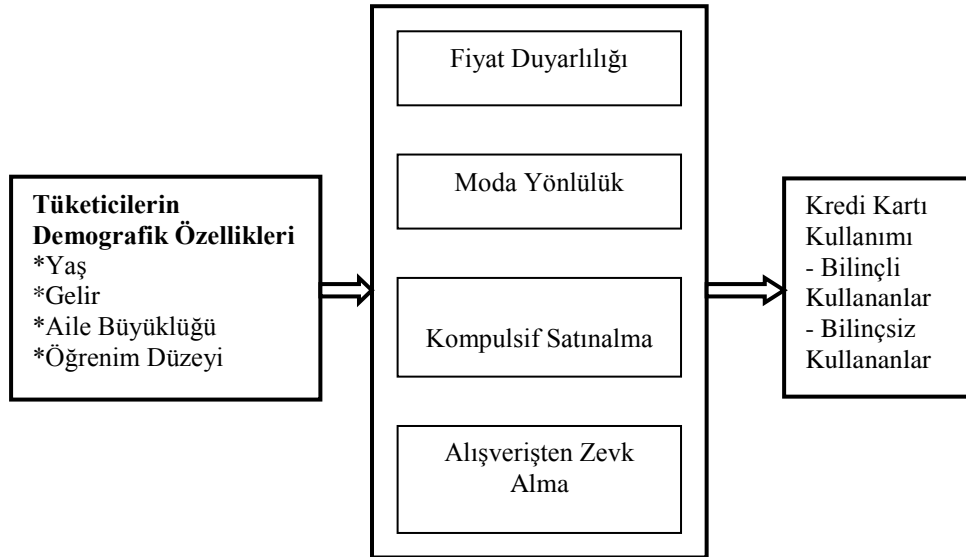
Araştırmada; anakütlenin tamamına ulaşmak emek, zaman ve maliyet açısından güç olduğundan tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kotalara göre örnekleme yöntemi seçilmiş ve 300 birimlik bir örnek ile çalışılmıştır. İyi oluşturulmuş, amaca uygun bir tesadüfi olmayan örnekleme, tesadüfi örneklemeyle oranla daha geçerli ve güvenilir sonuçlar verebilir (Kurtuluş, 1998) düşüncesinden hareketle ve araştırmamızın pilot niteliği taşıması nedeniyle bu tür bir örnek seçimine gidilmiştir. Araştırmamız farklı sosyo-demografik özelliklere sahip tüketicilerin bulunduğu üç bölgedeki alışveriş merkezinde 6 Mart- 20 Mart 2006 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte anket uygulaması, örnek grubunu oluşturan bireylere hafta içi

ve hafta sonu olmak üzere haftanın yedi günü gün içinde ve akşam saatlerinde gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması sonrasında elde edilen anketler gözden geçirilmiş ve eksik cevaplamalardan kaynaklanan geçersiz anketler çıkartılarak 232 geçerli anket araştırmaya dahil edilmiştir.

3.2. Araştırmanın Modeli, Değişkenleri ve Hipotezleri

Kredi kartı kullanım yoğunlukları farklı olan tüketicileri ayırmada kullanılabilecek temel belirleyici değişkenleri saptamaya yönelik olarak gerçekleştirilen bu araştırmanın modeli Şekil 1’de görüldüğü gibidir.

Şekil-1: Araştırma Modeli



Araştırma modelinde görüleceği üzere, tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları itibariyle; demografik özellikler, moda yönlülük, alışveriş zevki ve kompulsif satınalma bakımından farklılaşacağı düşünülmektedir. Tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları, fiyat duyarlılığı, moda yönlülükleri ve alışverişten zevk alma beşli likert ölçeğinde hazırlanmış yargılardan oluşmaktadır. Kompulsif satınalma ise toplam yedi değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenlerden bir tanesi beşli likert ölçeğinde hazırlanmıştır. Kalan altı değişkende ise, beşli sıklık ölçeği (çok sık, sık sık, bazen, nadiren, hiçbir zaman) kullanılmıştır.

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin ölçümü ile ilgili olarak gerekli literatür taraması yapılmıştır. Litaretür taraması sonucunda oluşturulan değişkenlere ilişkin olarak yararlanılan kaynaklara Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo-1: Araştırmanın Değişkenleri ve Yararlanılan Kaynaklar

	Değişken Sayısı	Yararlanılan Kaynaklar
Kredi Kartı Kullanım Alışkanlığı	Onbir Değişken	Roberts ve Jones, 2001
Fiyat Duyarlılığı	Altı Değişken	Yamauchi ve Templar, 1982
Alışveriş Zevki	Beş Değişken	Gutman ve Mills, 1982
Moda Yönlülük	Onyeddi Değişken	Gutman ve Mills, 1982
Kompulsif Satınalma	Yedi Değişken	Faber ve O’Guinn, 1992
Toplam	Kırkaltı Değişken	

Tablo 1’de görüleceği üzere, tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları toplam 11 değişken itibariyle ölçülmüştür. Kredi kartı kullanım alışkanlıklarına ilişkin değişkenler başlangıçta analize tabi tutularak tüketicilerin gruplandırılmaları sağlanmıştır. Bir başka deyişle, daha sonraki analizlere dahil edilmemiştir. Böylece tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri ile birlikte toplam 39 değişken analize tabi tutulmuştur.

Tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıkları itibariyle, alışverişten zevk alma, fiyat duyarlılığı, moda yönlülük ve kompulsif satınalma davranışı ile sosyo-demografik özellikleri bakımından anlamlı farklılıkların olup olmadığını incelemek ve ayırıcı değişkenler aracılığı ile tahminler yapmak amacıyla test ettiğimiz araştırma hipotezlerimiz aşağıdaki gibidir:

H₁: Kredi kartı kullanım alışkanlıkları farklı olan tüketiciler arasında; sosyo-demografik özellikler, fiyat duyarlılığı, moda yönlülük, kompulsif satınalma davranışı ve alışverişten zevk alma bakımından $\alpha= 0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki bakımdan anlamlı farklılıklar vardır.

H₂: Tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarına yönelik ayırıcı değişkenler aracılığı ile anlamlı tahminler yapılabilir.

3.3. Veri ve Bilgilerin Analizi

Araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla ayırma analizi, morrison testi ve oran testi kullanılmıştır. Ancak, daha önce ifade edildiği gibi tüketicileri kredi kartı kullanım alışkanlıklarına göre gruplara ayırabilmek amacıyla öncelikli olarak kümeleme analizi uygulanmıştır. Tüketicileri kredi kartı kullanım alışkanlıklarına göre gruplara ayırabilmek amacıyla hiyerarşik olmayan kümeleme analizi kullanılmıştır. Kümeleme analizi, bireyleri ya da

objeleri belirli kriterler açısından benzerliklerine göre gruplandırılan çok değişkenli bir istatistiksel analizdir. Analiz sonucunda elde edilen kümelerin içsel homojenliğinin yüksek olması gerekmektedir (Zikmund, 1997: 673).

Tüketicileri kredi kartı kullanım alışkanlıklarına göre bölümlere ayırdıktan ve gruplandırdıktan sonra araştırma hipotezleri test edilmiştir. Bunun için ayırma analizinden faydalanılmıştır. Ayırma analizi, iki ya da daha fazla grup arasındaki farklılıkları anlamak ve araştırma birimlerini doğru sınıflara atamak için kullanılan çok değişkenli bir istatistiksel analizdir (Hair, vd., 1998: 256). Araştırmamızın bu bölümünde uygulanan ayırma analizinin amacı, analiz öncesi tanımlanmış iki grubun ortalama nitelikleri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek, iki grubu ayırmaya en fazla katkısı olan değişkenleri saptamak ve ortaya çıkan değişkenler aracılığıyla tüketicilerin tahmini grup üyeliklerine ilişkin atamaları doğru bir şekilde yapmaktır. Araştırma örneğinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar ile araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla uygulanan analiz sonuçlarına Tablo 2’de görüleceği üzere ayrıntıları ile yer verilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN SONUÇLARI

Çalışmanın bu bölümünde; araştırma örneğinin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarına, kümeleme analizi sonuçlarına ve araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla kullanılan ayırma analizi, morisson testi ve oran testi sonuçlarına yer verilmiştir.

4.1. Araştırma Örneğinin Sosyo- Demografik Özellikleri

Tablo-2: Cevaplayıcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Yaş	n	%	Meslek	n	%
20-24	40	17,3	Serbest Meslek	15	6,4
25-29	48	20,7	Ev Hanımı	11	4,7
30-34	42	18,1	Memur	78	33,7
35-39	46	19,8	Öğretim Elemanı	45	19,4
40-44	43	18,6	Öğrenci	29	12,5
45-49	6	2,6	Tüccar-Sanayici	8	3,5
50 ve üzeri	7	2,9	Yönetici	40	17,2
Toplam	232	100,0	Diğer	6	2,6
			Toplam	232	100,0

Gelir Düzeyi (YTL)	n	%	Aile Büyüklüğü	n	%
1.000 ve altı	18	7,8	1 kişi	17	7,3
1.001-2.000	75	32,3	2 kişi	32	13,8
2.001-3.000	53	22,8	3 kişi	73	31,5
3.001-4.000	30	12,9	4 kişi	79	34,1
4.001-5.000	19	8,2	5 ve üzeri	31	13,3
5.001 ve üzeri	37	16	Toplam	232	100,0
Toplam	232	100,0			

Öğrenim Durumu	n	%	Medeni Durum	n	%
Lise ve öncesi	32	13,8	Evli	117	50,4
Üniversite ve üstü	200	86,2	Bekar	115	49,6
Toplam	232	100,0	Toplam	232	100,0

Tablo 2’de görüleceği üzere, farklı sosyo-demografik özelliklere sahip olan tüketiciler araştırma örneği kapsamına dahil edilmiştir.

4.2. Kümeleme Analizi Sonuçları

Kredi kartı kullanım alışkanlıkları itibariyle tüketicilerin farklarını belirlemeye yönelik olarak yapılan bu çalışmada, araştırma hipotezlerinin test edilmesine geçmeden önce tüketicileri gruplandırabilmek amacıyla hiyerarşik olmayan kümeleme analizi (K-Ortalamalar) uygulanmıştır. Hiyerarşik olmayan kümeleme analizi uygulanırken, küme sayısı araştırmacı tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle küme sayısının belirlenmesi hususuna özen gösterilmiş olup, ikili, üçlü ve dörtlü kümeler ayrı ayrı oluşturulmuş ve değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Elde edilen sonuçlar, her bir kümede yer alan

cevaplayıcı sayısı, kümelerin içsel homojenliği, kümeler arası heterojenlik ve anlamlılık seviyeleri bakımından değerlendirilmiştir. Farklı küme sayılarına göre elde edilen analiz sonuçları yukarıda belirtilen hususlar bakımından incelenmiş ve bütün sonuçlar dikkate alınarak ikili kümeleme analizinin uygun olduğu tespit edilmiştir.

Bu bağlamda ikili kümeleme analizi uygulamasında elde edilen sonuçlar aşağıda ayrıntılarıyla yer almaktadır.

Tablo-3: Kümelerde Bulunan Tüketici Sayıları ve Büyüklüğü

Kümeler	Birey Sayıları	Büyüklüğü (%)
1	96	41,37
2	136	58,63
Toplam	232	100

Tablo 3'te görüleceği üzere, tüketicileri kredi kartı kullanım alışkanlıklarına göre gruplandırabilmek amacıyla uygulanan hiyerarşik olmayan kümeleme analizi sonuçlarına göre birinci kümede yer alan tüketici sayısı 96, ikinci kümede yer alan tüketici sayısı ise 136 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarını ölçmek amacıyla kullanılan 11 değişkene varyans analizi uygulanmıştır. %95 güven aralığında uygulanan varyans analizi sonuçlarına göre, 11 değişken itibarıyla iki küme arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4'te kümeleme analizi uygulaması sonucunda $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde kümelerin birbirinden ayrılmasını sağlayan değişkenler ve 11 değişkene ilişkin uygulanan varyans analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo-4: Nihai Küme Merkezleri

Varyans Analizi	Kredi Kartı Kullanım Alışkanlıkları	Kümeleşmeler	
		Bilinçsiz Kullanıcılar	Bilinçli Kullanıcılar
,000	Kredi kartlarımı genellikle limitlerimin sonuna kadar kullanıyorum.	2,71	1,39
,000	Sahip olduğum bir kredi kartının ödemesini çoğunlukla başka bir kredi kartımı kullanarak yapıyorum.	1,54	1,07
,000	Kredi kartı ödemelerimi düzenli olarak yapıyorum.	4,23	4,77
,000	Kredi kartı borcumu nasıl ödeyeceğim konusunda endişe duyuyorum.	2,93	1,66
,000	Kredi kartı borcumun genellikle sadece ödenmesi gereken minimum tutarını ödüyorum.	2,35	1,30
,000	Kredi kartı kullandığım zaman ürünlerin fiyatı ile daha az ilgileniyorum	2,65	1,81
,000	Kredi kartı ile alışveriş yaptığım zaman daha plansız hareket ediyorum.	2,84	1,97
,000	Kredi kartı kullandığım zaman daha fazla harcıyorum.	3,45	2,38
,000	Kredi kartıma ilişkin ödemelerimi nadiren ihmal ederim.	3,72	4,75
,000	Kredi kartı limitimi nadiren aşıyorum.	2,67	4,78
,000	Kredi kartımdan nadiren nakit avansı çekiyorum	2,40	4,67

Tablo 4'te görüleceği üzere, kredi kartı kullanım alışkanlıklarını ölçmek amacıyla kullanılan 11 değişken itibariyle iki farklı pazar bölümü bulunmaktadır ve 11 değişken itibariyle iki küme arasında anlamlı farklılıklar vardır.

Birinci kümede yer alan tüketicilerin ikinci kümede yer alan tüketicilere göre, kredi kartlarını limitlerinin sonuna kadar kullandıkları, bir kredi kartına ait ödemeyi başka bir kredi kartını kullanarak yaptıkları belirlenmiştir. Bununla birlikte, ikinci kümede yer alan tüketicilerin kredi kartına dair ödemeleri daha düzenli yaptıkları belirlenmiştir. Ayrıca, birinci kümede yer alan tüketicilerin, ikinci kümede yer alan tüketicilere göre kredi kartının ödemesi konusunda daha endişeli oldukları ve kredi kartı borcunun genellikle sadece minimum tutarını ödedikleri Tablo 4'te görülebilir.

Birinci kümede yer alan tüketiciler ikinci kümede yer alan tüketicilere göre, kredi kartı kullandıkları zaman ürünlerin fiyatları ile daha az ilgilenmekte, daha plansız hareket etmekte ve daha fazla para harcamaktadır. Buna karşın ikinci kümede yer alan tüketicilerin birinci kümede yer alan tüketicilere göre, kredi kartı ödemelerini nadiren ihmal ettikleri, kredi kartı limitlerini nadiren aştıkları ve son olarak kredi kartlarından nadiren nakit avansı çektikleri uygulanan kümeleme analizi sonucunda tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, kredi kartı kullanım alışkanlıkları itibariyle tüketicileri gruplandırmak amacıyla uygulanan kümeleme analizi sonuçları değerlendirildiğinde; ikinci kümede yer alan tüketicilerin oluşturduğu pazar bölümü bilinçli kredi kartı kullanıcıları ve birinci kümede yer alan tüketicilerin oluşturduğu pazar bölümü ise bilinçsiz kredi kartı kullanıcıları olarak isimlendirilebilir.

Kredi kartı kullanan tüketicileri, kredi kartı kullanım alışkanlıkları itibariyle tanımladıktan sonra, çalışmanın bundan sonraki bölümünde iki grup arasındaki farklar belirlenmeye çalışılacaktır.

4.3. Araştırma Hipotezlerinin Testi için Uygulanan Ayırma Analizi Sonuçları

Araştırma hipotezlerini test etmek için uygulanan ayırma (diskriminant) analizi sonucunda elde edilen kanonik diskriminant fonksiyonu Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo-5: Kanonikal Diskriminant Fonksiyonlarının Özeti

Özdeğerler				
Fonksiyon	Özdeğer	Varyansın Yüzdesi	Kümülatif Yüzde	Kanonikal Korelasyon
1	,518	100,0	100,0	,584

Tablo 5'te görüleceği üzere, kanonikal diskriminant fonksiyonu toplam varyansın %100'ünü açıklamaktadır. Fonksiyonun kanonikal korelasyonu 0,584 ve özdeğeri 0,518 olarak gerçekleşmiştir. Wilks' Lambda ile yapılan denetimde fonksiyonun Wilks' Lambda değerinin 0,659 olduğu tespit edilmiştir (Bakınız Tablo 6). Wilks' Lambda 0 ile 1 arasında bir değer alır. Wilks' Lambda değerinin bire yakın olması grup ortalamalarının farklı olmadığını, sifıra yakın olması ise, grup ortalamalarının farklı olduğunu gösterir (Malhotra, 1996: 620).

Tablo-6: Fonksiyonun Wilks' Lambda Değerleri

Wilks' Lambda				
Fonksiyonun Testi	Wilks' Lambda	Ki-kare	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
1	,659	87,918	39	,000

Tablo 6'dan görüleceği üzere, ki-kare değeri $\alpha=0,01$ anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Farklı bir ifadeyle, kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler (n=136) ile bilinçsiz kullanan tüketiciler (n= 96) arasında moda yönlülük, fiyat duyarlılığı, alışveriş zevki, satınalma takıntısı ve sosyo-demografik özellikler itibariyle anlamlı farklılıklar bulunmaktadır.

Kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz olarak kullanan tüketicilerin hangi değişkenler itibariyle farklı olduklarını ve bu değişkenlerin gerçekten ayırmada önemli olup olmadıklarının kontrolü için Wilks' Lambda ve F testi ile denetlenmesi gerekmektedir.

Tablo-7: Wilks' Lambda, F Değerleri ve Anlamlılık Düzeyleri

	Wilks' Lambda	F Değerleri	Anlamlılık
Moda öncüsü olmak benim için önemlidir.	,959	9,854	,002
Moda trendleri konusunda bilgi sahibiyim ve yeni moda ürünleri ilk ben denemek isterim.	,966	8,152	,005
Moda trendlerini fark etme konusunda kendime güveniyorum	,994	1,322	,251
Giyim tarzımın kişiliğimi yansıtan önemli bir araç olduğumu düşünüyorum.	,985	3,603	,059
Çevremde yeni moda ürünleri ilk ben denerim, bu nedenle birçok kişi benim bir moda öncüsü olduğumu düşünür	,973	6,480	,012
Aktif bir yaşam tarzına sahip olduğumdan, çok çeşitli kıyafetlere ihtiyaç duyarım.	,957	10,305	,002
Her zaman son moda kıyafetler satın alırım.	,990	2,241	,136
Moda trendlerini takip etme konusunda hiçbir çaba sarfetmem ve moda dergileri okumam.	,996	,915	,340
Kıyafet ve aksesuarlar için çok fazla para harcıyorum.	,962	9,017	,003
Modaya ilişkin faaliyetler için çok zaman harcıyorum.	,989	2,446	,119
İyi giyinmek benim için önemlidir.	,994	1,324	,251
İş yaşamında ilerlemek için iyi giyinmek gereklidir.	,936	15,654	,000
Giyim tarzı kişinin kendisi hakkında düşündüklerinin bir göstergesidir.	,978	5,249	,023
Güzel giyinmek iyi yaşamın bir parçasıdır.	,971	6,880	,009
Ne giyeceğimin moda uzmanları tarafından söylenmesi hoşuma gitmez.	,999	,221	,639

Moda tüketicilerden daha fazla para almanın bir yoludur.	,998	,359	,550
Beğendiğim kıyafetleri modayı takip etmeksizin satın alıyorum.	,998	,435	,510
Ay sonunda ödemelerim dışında cebimde hala param kalırsa bu parayı harcıyorum.	,962	8,964	,003
Alışverişe gitmeyi sevmem.	,998	,453	,501
Satın alma niyetim olmasa dahi fikir sahibi olmak için sık sık mağazalara bakıyorum.	,997	,707	,401
Sık sık alışverişe çıkarım.	,975	5,829	,017
Farklı mağazalardan alışveriş yapmayı seviyorum.	,985	3,412	,066
Giyimde neyin moda olduğunu görmek için mağazalara bakmayı seviyorum.	,974	6,176	,014
Herhangi bir şeyi satın almaya maddi gücüm yetse de yetmese, bunu satın almaya gücüm yetmez derim.	,999	,136	,713
Herhangi bir şey satın aldığım zaman ödemiş olduğum fiyattan yakınırım.	,987	3,034	,083
Satın aldığım ürünlerin maliyeti ile ilgili tartışır ya da şikayet ederim	,990	2,390	,124
İhtiyacım olan ürünler için bile, para harcarken tereddüt ederim.	,999	,246	,620
Herhangi bir şeyi satın aldıktan sonra başka bir yerde daha ucuza bulabilir miyim diye merak ederim.	,983	3,870	,050
Satın aldığım ürünün başka bir yerde daha ucuz olduğunu görmek canımı sıkar.	,993	1,699	,194
Diğer insanlar harcama alışkanlıklarını bilseler dehşete düşerler.	,980	4,620	,033
Maddi olarak gücüm yetmese bile alışveriş yaparım.	,834	45,892	,000
Bankada yeterince param olmadığını bilsem bile çek yazarım.	,953	11,270	,001
Daha iyi hissetmek için kendime bir şeyler satın alırım.	,945	13,358	,000
Alışverişe gitmediğim zamanlarda kendimi sinirli ve endişeli hissederim.	,972	6,679	,010
Kredi kartı ekstremdeki sadece minimum tutarı öderim	,873	33,588	,000
Yaş	,957	10,212	,002
Gelir	,999	,248	,619
Öğrenim Düzeyi	,987	3,002	,084
Aile büyüklüğü	,999	,160	,689

Kredi kartını bilinçli olarak kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kredi kartı kullanıcıların moda yönlü olma, fiyat duyarlılığı, alışverişten zevk alma, kompulsif satınalma davranışı ve sosyo-demografik özellikleri bakımından birbirinden farklılaşmasını sağlayan değişkenler Tablo 7’de sunulmuştur. Tablo 7’de görüleceği üzere, kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicilerin $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde birbirinden farklılaşmasını sağlayan toplam 19 değişken bulunmaktadır.

Tablo 7’den anlaşılacağı üzere, kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketiciler arasında; “moda öncüsü olmak benim için önemlidir”, “moda trendleri konusunda bilgi sahibiyim ve yeni moda ürünleri ilk ben denemek isterim”, “çevremde yeni moda ürünleri ilk ben denerim, bu nedenle birçok kişi benim bir moda öncüsü olduğumu düşünür”, “aktif bir yaşam tarzına sahip olduğumdan, çok çeşitli kıyafetlere ihtiyaç duyarım”,

“kıyafet ve aksesuarlar için çok fazla para harcıyorum”, “iş yaşamında ilerlemek için iyi giyinmek gereklidir”, “giyim tarzı kişinin kendisi hakkında düşündüklerinin bir göstergesidir”, “güzel giyinmek iyi yaşamın bir parçasıdır”, “ay sonunda cebimde hala param kalırsa bu parayı harcıyorum”, “sık sık alışverişe çıkarım”, “giyimde neyin moda olduğunu görmek için mağazalara bakmayı seviyorum”, “herhangi bir şeyi satın aldıktan sonra başka bir yerde daha ucuza bulabilir miyim diye merak ederim”, “diğer insanlar harcama alışkanlıklarımı bilseler dehşete düşerler”, “maddi olarak gücüm yetmese bile alışveriş yaparım”, “bankada yeterince param olmadığını bilsem bile çek yazarım”, “daha iyi hissetmek için kendime bir şeyler satın alırım”, “alışverişe gitmediğim zamanlarda kendimi sinirli ve endişeli hissederim”, kredi kartı ekstremdeki sadece minimum tutarı öderim” ve “yaş” değişkenleri bakımından $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki bakımından anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bununla birlikte, analiz öncesi tanımlanmış olan iki grubun birbirinden farklılıklarını belirlemek amacıyla uygulanan ayırma analizi sonucunda elde edilen yapı matrisi Tablo 8’de yer almaktadır.

Yapı matrisi tablosu; kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicilerin birbirinden farklılaşmasına etkide bulunan değişkenlerin mutlak derecelerine göre sıralandığı bir tablodur. Bir başka deyişle, analiz öncesi tanımlanmış olan iki grubun farklı olmasını sağlayan 19 değişken bu farklılığa etki derecesine ve yoğunluğuna göre sıralanmıştır. Tablo 8’den görüleceği üzere, kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicilerin farklılaşmasına en önemli etkisi olan ”maddi olarak gücüm yetmese bile alışveriş yaparım” değişkenidir. Farklılığa etkisi bulunan ikinci değişken ise “kredi kartı ekstremdeki sadece minimum tutarı öderim” değişkenidir. Kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicilerin ayrılmasına en fazla katkıda bulunan bu iki değişken satınalma takıntısını ölçmek amacıyla kullanılan değişkenlerdir. Tablo 8’de görüleceği üzere, iki grubun ayırma üçüncü sırada katkıda bulunan “iş yaşamında ilerlemek için iyi giyinmek gereklidir” olarak ifade edilmiş olan ve moda yöneliyle ilgili olan bir değişkendir. Bununla birlikte, Tablo 8’den anlaşılacağı üzere, kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicileri ayırmaya dördüncü ve beşinci sırada katkıda bulunan “daha iyi hissetmek için kendime bir şeyler satın alırım” ve “bankada yeterince param olmadığını bilsem bile çek yazarım” şeklinde ifade edilen ve tüketicilerin kompulsif satınalma davranışına ilişkin olan değişkenlerdir.

Tablo-8: Yapı Matrisi

	Fonksiyon
	1
Maddi olarak gücüm yetmese bile alışveriş yaparım.	,620
Kredi kartı ekstremdeki sadece minimum tutarı öderim.	,531
İş yaşamında ilerlemek için iyi giyinmek gereklidir.	,362
Daha iyi hissetmek için kendime bir şeyler satın alırım.	,335
Bankada yeterince param olmadığını bilsem bile çek yazarım.	,307
Aktif bir yaşam tarzına sahip olduğumdan, çok çeşitli kıyafetlere ihtiyaç duyarım.	,294
Yaş	-,293
Moda öncüsü olmak benim için önemlidir.	,287
Kıyafet ve aksesuarlar için çok fazla para harcıyorum.	,275
Ay sonunda ödemelerim dışında cebimde hala param kalırsa bu parayı harcıyorum.	,274
Moda trendleri konusunda bilgi sahibiyim ve yeni moda ürünleri ilk ben denemek isterim.	,261
Güzel giyinmek iyi yaşamın bir parçasıdır.	,240
Alışverişe gitmediğim zamanlarda kendimi sinirli ve endişeli hissederim.	,237
Çevremde yeni moda ürünleri ilk ben denerim, bu nedenle birçok kişi benim bir moda öncüsü olduğumu düşünür.	,233
Giyimde neyin moda olduğunu görmek için mağazalara bakmayı seviyorum.	,228
Sık sık alışverişe çıkarım.	,221
Giyim tarzı kişinin kendisi hakkında düşündüklerinin bir göstergesidir.	,210
Diğer insanlar harcama alışkanlıklarını bilseler dehşete düşerler.	,197
Herhangi bir şeyi satın aldıktan sonra başka bir yerde daha ucuza bulabilir miyim diye merak ederim.	,180

Tablo 9’da tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarına göre (bilinçli kullanıcılar ve bilinçsiz kullanıcılar) grup istatistik değerlerine yer verilmiştir. İki grubu birbirinden ayıran değişkenlerin ait oldukları gruplara göre ortalama değerleri Tablo 9’da ayrıntıları ile yer almaktadır.

Tablo-9: Grup İstatistik Değerleri

	Bilinçli Kredi Kartı Kullanıcıları	Bilinçsiz Kredi Kartı Kullanıcıları
Maddi olarak gücüm yetmese bile alışveriş yaparım.	1,4926	2,2813
Kredi kartı ekstremdeki sadece minimum tutarı öderim.	1,1838	1,8958
İş yaşamında ilerlemek için iyi giyinmek gereklidir.	3,1932	3,7292
Daha iyi hissetmek için kendime bir şeyler satın alırım.	2,8015	3,2813
Bankada yeterince param olmadığını bilsem bile çek yazarım.	1,0284	2,2500
Aktif bir yaşam tarzına sahip olduğumdan, çok çeşitli kıyafetlere ihtiyaç duyarım.	2,7647	3,3021
Yaş	35	31
Moda öncüsü olmak benim için önemlidir.	1,9632	2,4479
Kıyafet ve aksesuarlar için çok fazla para harcıyorum.	2,5294	3,0000
Ay sonunda ödemelerim dışında cebimde hala param kalırsa bu parayı harcıyorum.	2,3015	2,8229
Moda trendleri konusunda bilgi sahibiyim ve yeni moda ürünleri ilk ben denemek isterim.	2,0368	2,4792
Güzel giyinmek iyi yaşamın bir parçasıdır.	3,3662	3,9063
Alışverişe gitmediğim zamanlarda kendimi sınırlı ve endişeli hissederim.	1,6397	1,9792
Çevremde yeni moda ürünleri ilk ben denerim, bu nedenle birçok kişi benim bir moda öncüsü olduğumu düşünür.	1,9412	2,2917
Giyimde neyin moda olduğunu görmek için mağazalara bakmayı seviyorum.	3,3529	3,7188
Sık sık alışverişe çıkarım.	2,9632	3,3333
Giyim tarzı kişinin kendisi hakkında düşündüklerinin bir göstergesidir.	3,6765	3,9688
Diğer insanlar harcama alışkanlıklarımı bilseler dehşete düşerler.	1,8897	2,3750
Herhangi bir şeyi satın aldıktan sonra başka bir yerde daha ucuza bulabilir miyim diye merak ederim.	3,2813	2,9632

Tablo 9’da yer alan grup istatistik değerleri incelendiğinde genel olarak, kredi kartını bilinçsiz kullanan tüketicilerin kompulsif satınalma davranışına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, kredi kartını bilinçsiz kullanan tüketiciler moda ya karşı daha duyarlıdır ve moda yönlüdür. Ayrıca kredi artını bilinçli kullanan tüketicilere nazaran alışverişten daha fazla zevk almaktadır. Tablo 9’dan görüleceği üzere, kredi kartını bilinçsiz kullanan tüketiciler fiyata karşı daha az duyarlıdır.

Bütün bu sonuçlar dikkate alındığında, “kredi kartı kullanım alışkanlıkları farklı olan tüketiciler arasında, fiyat duyarlılığı, moda yönlülük, kompulsif satınalma davranışı ve alışverişten zevk alma bakımından $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde istatistiki bakımdan anlamlı farklılıklar vardır” şeklinde belirlenen birinci araştırma hipotezimiz kabul edilmiştir. Yani kredi kartı kullanımı konusunda bilinçli davranan tüketiciler ile bilinçsiz davranan tüketiciler; kompulsif satınalma davranışı, moda yönlülük, alışverişten zevk alma ve yaşları itibarıyla birbirinden farklıdırlar. Araştırma hipotezimizin testi ve kabulünden sonra “tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarına yönelik ayırıcı değişkenler aracılığı ile anlamlı tahminler yapılabilir” şeklinde belirlenen ikinci araştırma hipotezimiz test edilecektir.

Analiz öncesi tanımlanan iki grubun (kredi kartını bilinçli kullananlar ve bilinçsiz kullananlar) elde edilen fonksiyon yardımıyla ait oldukları orijinal grup üyeliğini ne ölçüde tahmin edilebileceğine ilişkin olarak yapılan sınıflandırma analizi sonuçları Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo-10: Ayırma Fonksiyonları ile Yapılan Sınıflandırma Analizi Sonuçları

		Tahmini Grup Üyeliği			
		Kredi Kartı Kullanım Alışkanlığı	Bilinçsiz Kullanıcılar	Bilinçli Kullanıcılar	Toplam
Orijinal Grup Üyeliği	Sayı	Bilinçsiz Kullanıcılar	63	33	96
		Bilinçli Kullanıcılar	16	120	136
	Yüzde	Bilinçsiz Kullanıcılar	65,6	34,4	100,0
		Bilinçli Kullanıcılar	11,8	88,2	100,0

Doğru Sınıflandırma Oranı: %78,9

Elde edilen fonksiyonlar yardımıyla yapılan sınıflandırma analizi sonucunda kredi kartının bilinçsiz kullanan 96 tüketiciden 63’ü, bilinçli kullanan 136 kişiden 120’si doğru sınıflandırılmıştır.

Ayırma fonksiyonunun test grubuna uygulanması sonucunda elde edilen doğru sınıflandırmaların sayısı;

$$63+120= 183 \text{’dür.}$$

Doğru sınıflandırmaların oranı ise $183/232 = \%78,9$ olarak gerçekleşmiştir.

Böylece ayırma fonksiyonu (moda yönlülük, alışverişten zevk alma, fiyat duyarlılığı, kompulsif satınalma davranışı ve sosyo-demografik özellikler kullandığında) herhangi bir kimsenin kredi kartını bilinçli mi yoksa bilinçsiz mi kullandığını $\%78,9$ olasılıkla doğru tahmin edecektir.

Tesadüfi sınıflandırmadan elde edilecek doğru sınıflandırmaların sayısını ve oranını hesaplayabilmek için Morrison'un önerdiği şans modeli kullanılacaktır (Kurtuluş, 1998: 477).

$$P(\text{Doğru}) = [(96/232)(79/232)] + [(136/232)(153/232)]$$

$$P(\text{Doğru}) = 0,52$$

Ayırma fonksiyonundan elde edilen 0,789 oranının tesadüfi modelden elde edilen 0,52 oranından istatistiksel olarak önemli derecede büyük olup olmadığını test etmek gerekmektedir (Kurtuluş, 1998; 478).

Hesaplanan 7,993 değeri $\alpha = 0,01$ anlamlılık düzeyinde teorik değerden (2,33) çok büyük olduğundan "tüketicilerin kredi kartı kullanım alışkanlıklarına yönelik ayırıcı değişkenler aracılığı ile anlamlı tahminler yapılabilir" şeklinde belirlenen araştırma hipotezi kabul edilmiştir.

Kredi kartlarının kullanım konusunda bilinçli davranan tüketiciler ile bilinçsiz davranan tüketicilerin, kompulsif satınalma davranışı, moda yönlü olma, alışverişten zevk alma, fiyat duyarlılığı ve sosyo-demografik özellikleri itibarıyla birbirinden farklı olduğu ayırma analizi aracılığı ile tespit edilmiştir. Bununla birlikte, ayırıcı değişkenler vasıtası ile tahmini grup üyeliğine ilişkin anlamlı tahminler yapılabileceği görülmüştür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketiciler arasındaki farkları belirlemeye yönelik olarak yapılan bu çalışmada, araştırma hipotezlerinin test edilmesine geçmeden önce tüketicileri gruplandırabilmek amacıyla hiyerarşik olmayan kümeleme analizi (K-Ortalamlar) uygulanmıştır. Kümeleme analizi sonuçlarına göre kredi kartı kullanımı hususunda bilinçli ve bilinçsiz hareket eden iki tüketici segmenti belirlenmiştir. Buna göre kredi kartını bilinçsiz olarak kullanan tüketiciler, kredi kartlarını limitlerinin sonuna kadar harcamakta, bir kredi kartına ait ödemeyi başka bir kredi kartı kullanarak

yapmakta, kredi kartı borcunun genellikle sadece minimum tutarını ödemekte, kredi kartı kullandıkları zaman ürünlerin fiyatı ile daha az ilgilenmekte, daha plansız hareket etmekte ve daha fazla para harcamaktadır.

Kredi kartını bilinçli kullanan tüketiciler ile bilinçsiz kullanan tüketicilerin kompulsif satınalma davranışı, moda yönlülük, alışverişten zevk alma ve fiyat duyarlılığı açılarından da birbirlerinden farklılaştıkları görülmektedir. Araştırmada buradan hareketle geliştirilmiş araştırma hipotezlerini test edebilmek amacıyla ayırma analizi uygulanmıştır. Ayırma analizi sonucunda iki grubun birbirinden farklılaşmasına katkıda bulunan 19 değişken tespit edilmiştir. Bunlardan kredi kartını bilinçli kullanan ve bilinçsiz kullanan tüketicilerin ayırma en fazla katkısı olan değişkenler; tüketicilerin satınalma takıntısını ölçmeye yönelik olarak oluşturulan “maddi olarak gücüm yetmese bile alışveriş yaparım”, “kredi kartı ekstremdeki sadece minimum tutarı öderim”, “daha iyi hissetmek için kendime bir şeyler satınalırım”, “bankada yeteri kadar param olmadığını bilsem bile çek yazarım” değişkenleridir.

Araştırmanın sonuçlarına göre kredi kartını bilinçsiz kullanan tüketicilerin kompulsif satınalma davranışına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, kredi kartını bilinçsiz kullanan tüketiciler moda karşı daha ilgilidir ve moda yönlüdür. Ayrıca kredi kartını bilinçli kullanan tüketicilere nazaran alışverişten daha fazla zevk almakta ve fiyata karşı daha az duyarlı davranmaktadırlar.

Araştırmanın en önemli bulgusu şüphesiz kredi kartını bilinçsiz olarak kullanan tüketicilerin kompulsif satınalma davranışı gösterebilmelerinin belirlenmesidir. Kompulsif satınalma davranışı, bir başka deyişle takıntılı satınalma davranışı, son yıllarda gerek tüketiciye yönelik yürütülen çalışmalarda gerekse de psikiyatrik araştırmalarda üzerinde çokça durulan önemli bir kavram olarak göze çarpmaktadır. Bunun en temel nedeni kompulsif satınalma davranışının uzun vadede gerek birey gerekse de toplum üzerinde olumsuz sonuçlar yaratmasından kaynaklanmaktadır. Birey için satınalmanın getirdiği haz kısa vadede tatmin edici bir sonuç gibi görünse de uzun vadede artan kredi kartı borçları, azalan yatırımlar, depresyon, endişe, hayal kırıklığı, azalan kendine güven ve artan kişisel çatışmalar gibi ekonomik ve psikolojik pek çok olumsuz sonuçla karşı karşıya kalınmaktadır (Roberts, 1998: 311). Ayrıca birey her ne kadar olumsuz sonuçların farkında olsa da kronik boyutlardaki bu satınalma davranışına devam etmekte (Faber ve O’Guinn, 1989: 155; Faber *vd.*, 1987: 133) ve bir takım problemlerinden kaçmak için yürüttüğü bu davranışı kontrol edememektedir (Faber ve O’Guinn, 1988: 99). Keza kompulsif satınalma bireyin ailesini ve arkadaşlarını etkilemesinin yanı

sıra uzun vadede toplumun ekonomisi, sağlık ve güvenlik mekanizmalarını da etkilemektedir (Faber ve O'Guinn, 1992: 467).

Araştırmanın bir diğer önemli bulgusu da kredi kartı kullanımında rasyonel olmayan bir şekilde hareket eden tüketicilerin rasyonel hareket eden tüketicilere nazaran moda, alışverişe ve fiyata yönelik olarak farklı karakteristikler göstermesidir. Buradan hareketle, literatürde kredi kartı kullanımına ilişkin yapılacak diğer çalışmalarda farklı sosyal, psikolojik ve psikografik faktörlerin üzerinde durularak daha kapsamlı bir profil çıkartılabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adcock, W. O., J. L. Goldstucker and E. C. Hirschman (1977) "Bank Credit Card Users: An Updated Profile", **Advances in Consumer Research**, 4(1), 236-241.
- Barker, T. and A. Şeker kaya (1992) "Globalization of Credit Card Usage: The Case of A Developing Economy", **The International Journal of Bank Marketing**, 10(6), 27-31.
- Beatty, S. E., and M. E. Ferrel (1998) "Impulse Buying: Modeling Its Precursors", **Journal of Retailing**, 74(2), 169-191.
- BKM (Bankalararası Kart Merkezi) (2006) **Yearly Statistics**, <http://www.bkm.com.tr/istatistik/raporlar1.html>, [Accessed 25.04.2006].
- Burton, S., R. G. Netemeyer and D. Lichtenstein (1994) "Gender Differences For Appearance- Related Attitudes and Behaviors: Implications For Consumer Welfare", **Journal of Public Policy & Marketing**, 13(2), 60-75.
- d'Astous, Alain (1990) "An Inquiry into the Compulsive Side of Normal Consumers", **Journal of Consumer Policy**, 13(1), 15-31.
- Delener, N., and H. Katzenstein (1994) "Credit Card Possession and Other Payment Systems: Use Patterns Among Asian and Hispanic Consumers", **International Journal of Bank Marketing**, 12(4), 13-24.
- Edwards, E. A. (1992) **The Measurement and Modeling of Compulsive Consumer Buying Behavior**, (Unpublished PhD Dissertation), The University of Michigan, Michigan.
- Faber, R. J. and T. C. O'Guinn (1998) "Compulsive Consumption and Credit Abuse", **Journal of Consumer Policy**, 11(1), 97-109.

- Faber, R. J. and T. C. O'Guinn (2002) "A Clinical Screener for Compulsive Buying", **Journal of Consumer Research**, 19, 459-469.
- Faber, R. J., T. C. O'Guinn and R. Krych (1987) "Compulsive Consumption", **Advances in Consumer Research**, 14, 132-135.
- Feinberg, R. A., (1986) "Credit Cards as Spending Facilitating Stimuli: A Conditioning Interpretation", **The Journal of Consumer Research**, 13(3), 348-356.
- Gutman, J. and M. K. Mills (1982) "Fashion Life Style, Self-Concept, and Store Patronage: An Integrative Analysis", **Journal of Retailing**, 58(2), 64-86.
- Hair, J., R. Anderson, R. Tatham and W. Black (1998) **Multivariate Data Analysis with Readings**, (5th ed.), New York: Prentice- Hall International Inc.
- Hassay, D. N. and M. C. Smith (1996) "Compulsive Buying: An Examination of The Consumption Motive", **Psychology and Marketing**, 13(18), 741-75.
- Kaynak, E. and T. Harcar (2001) "Consumers' Attitudes and Intentions Towards Credit Card Usage in an Advanced Developing Country", **Journal of Financial Services Marketing**, 6(1), 24-39.
- Kurtuluş, K. (1998) **Pazarlama Araştırmaları**, (Gen.6. Basım), İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- Lee, J. and K. Kwon (2002) "Consumers' Use of Credit Cards: Store Credit Card Usage as an Alternative Payment and Financing Medium", **The Journal of Consumer Affairs**, 2002, 36(2), 239-262.
- Malhotra, N. (1996) **Marketing Research An Applied Orientation**, (2nd ed.), Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Mitchell, V. W. and G. Walsh (2004) "Gender Differences in German Consumer Decision-Making Styles", **Journal of Consumer Behaviour**, 3(4), 331-346.
- Park, H. J. and L. D. Burns (2005) "Fashion Orientation, Credit Card Use, and Compulsive Buying", **Journal of Consumer Marketing**, 22(3), 135-141.
- Plummer, J. T. (1971) "Life Style Patterns and Commercial Bank Credit Card Usage", **Journal of Marketing**, 35, 35-41.
- Roberts, J. A. (1998) "Compulsive Buying Among College Students: An Investigation of its Antecedents, Consequences, and Implications For Public Policy", **The Journal of Consumer Affairs**, 32(2), 295-319.

- Roberts, J. A. and E. Jones (2001) "Money Attitudes, Credit Card Use, and Compulsive Buying Among American College Students", **The Journal of Consumer Affairs**, 35(21), 213-240.
- Valance, G., A. d'Astous and L. Fortier (1988) "Compulsive Buying: Concept and Measurement", **Journal of Consumer Policy**, 11, 419-433.
- Wang, J. (2006) **Consumption of Debt: An Interpersonal Relationship Approach**, (Unpublished PhD Dissertation), The University of Arizona, Arizona.
- Yamauchi, K. T., and D. I. Templer (1982) "The Development of a Money Attitude Scale", **Journal of Personality Assessment**, 46(5), 522-528.
- Zikmund, W. (1997) **Business Research Methods**, (5th ed.), The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers.

SİYASAL İSLAM, MİLLİYETÇİLİK VE TERÖR

Nezahat ALTUNTAŞ*

Öz

Bu çalışma, son zamanlarda etkinliği artan “İslami/İslamcı terör”ün ortaya çıkarak zamanla yaygınlaşmasının altında yatan nedenleri incelemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda öncelikle İslam’ın bir ideoloji olarak konumlanması ve bunun sonucunda siyasal İslamcı düşüncenin ortaya çıkmasından hareket edilmektedir. Siyasal İslam’ın zamanla ulusal (mikro) ve küresel (makro) boyutta milliyetçi ideolojiye eklenmesi ise son zamanlarda yaşanan İslami/İslamcı terörün temel nedeni olarak sunulmaktadır. Böylece, İslam adına şiddetin böylesine ayırimsız ve fütursuzca kullanımının nedeni büyük ölçüde, İslamcı düşüncenin milliyetçi ideoloji ile kesişerek bir kimlik mücadelesi içine girmesi ve söz konusu milliyetçiliğin zamanla daha saldırgan bir nitelik kazanması ile açıklanmaya çalışılmaktadır. İslamcılığın böyle bir sürece girmesi ise, batının kendi içinde yaşadığı dönüşüm ile Müslüman coğrafyadaki müdahaleleri ve bunların yarattığı sonuçlara dayandırılmaktadır. Bu süreçte terör ve her türlü değerden arınmış saldırı türleri klasik savaşların yerini almıştır.

Anahtar Sözcükler: Siyasal İslam, milliyetçilik, terör, küreselleşme.

Abstract

Political Islam, Nationalism And Terror

The main aim of this study is to investigate the causes of Islamist/Islamic terror which has been increasing nowadays. On this basis, primarily this investigation is being started from the point of the construction of Islam as a political ideology and the appearance of political Islamic thought. The main argument of this study is that the primary reason of Islamic/Islamist terror is the unification of political Islam and nationalist ideology at the national (micro) and global (macro) level. Thus this study explains Islamist terror with intersection of Islamist thought with the nationalist ideology and the transformation of this unity into an identity struggle. When this nationalism has gained more aggressive features, the attacks for the sake of Islam have increased. The reason of such a process in political Islam depends a transformation of the West itself. As a result of both of these transformation processes, terror and the types of attack which have lost ethical values have replaced the classical wars.

Keywords: Political Islam, nationalism, terror, globalization

*Dr., Hacettepe Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Beytepe/ANKARA, nezahataltuntas@yahoo.com

GİRİŞ

Günümüzde yaşanan ayırimsız terör, dünyada yaşanan diğer tüm sorunları geride bırakarak insanlığın en önemli sorunu haline gelmiştir. Devletlerin ve çeşitli örgütlerin gerçekleştirdiği terör eylemleri ya da savaş kurallarının ihlal edilmesi nedeniyle terör boyutuna ulaşmış savaşlar giderek tüm dünyada yaygınlaşmaktadır. 11 Eylül 2001'de New York'da, Kasım 2003'te İstanbul'da, Mart 2004'te Madrid'te, Temmuz 2005'te Londra'da gerçekleştirilen terör saldırıları, son zamanların en dehşet verici terör eylemleri örnekleri olarak tarihteki yerlerini almıştır. Söz konusu terör sürecinin en önemli özelliklerinden birisi, 'dini terör' ya da daha da açık söylemek gerekirse, 'İslami/İslamcı terör'¹ kavramlaştırmasının genel kabul görmesi ve kanıksanmasıdır. Batı literatüründe son zamanlarda sıklıkla karşılaşılan İslamofaşizm, İslamofobi, İslamikaze, intihar bombacısı gibi kavramlar, İslam ve terör bağdaştırmasının yansıması olarak dikkat çekmektedir². Terör, son zamanlarda yeni nitelikler kazansa da temelde hatırı sayılır bir geçmişe sahiptir. Günümüzde yaşanan terör sürecini anlamak için terör kavramının içeriğine ve tarihsel sürece kısaca bakmak yerinde olacaktır.

1. BİR SİYASAL MÜCADELE ARACI OLARAK TERÖR

Uluslararası anlaşmazlıklarda bir çözüm aracı olan savaşlar artık etkinliğini ve ihtişamını yitirmektedir. Savaşın yerini zaferden çok caydırıcılık amaçlayan başka araçlar almakta ve teknoloji kullanımı şiddet kullanımında belirleyici olmaktadır (Arendt, 1996: 7). Günümüzde, ulusal ve uluslar arası anlaşmazlıklarda etkinlik kazanan söz konusu şiddet türü terör olarak karşımıza çıkmakta, terör ulusal ve uluslararası siyasetin şiddet aracılığıyla gerçekleştirilmesinde önemli bir araç olarak etkinliğini arttırmaktadır. Terör özellikle günümüzde yalnız gelişmiş devletler karşısında az gelişmiş devletlerin en önemli siyasal mücadele aracı olarak değil, yeri geldiğinde gelişmiş devletlerin de kullandığı bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Terör temelde cezalandırmak ve yıldırım amacıyla aşırı korku ve dehşet saçarak gerçekleştirilen yaralama ve öldürme eylemlerini kapsar. Terör, korkuyu kısa aralıklara yaymak suretiyle, kitlelerde acil bir ölüm-kalım güdülenmesi yaratarak, belli bir amaca (Erten ve Ardalı, 1996: 159) özellikle siyasal bir amaca yöneltmeyi hedefler. Beklenmeyen, şok edici, acımasız bir özellik taşır ve bu durumu sağlamak için kadın ve çocuk ayırımı yapılmaksızın bütün siviller hedeflenir. Savaşların aksine terör, öngörülemeyen bir nitelik taşır, belli kuralları yoktur (Lagueur, 1980: 13). Bu nedenle terör, temelde aşırı korku ve endişe yaratarak siyasal sonuçlar elde etmeye yönelik psikolojik bir harekettir.

Terör, *-izm* eki aldığı anda psikolojik etkinliği ikinci plana düşer ve çıkarlar, inançlar, fikirler alanına yerleşerek temelde ideolojik politikalar yaratmayı ifade eder. Terör ve ideolojik politikalar arasındaki ilişki, modern terörizmi önceki siyasal şiddet şekillerinden ayırır (O'Sullivan, 1986: 5). Diğer taraftan terörizm, bir grubun siyasal amaçlara ulaşmak için şiddeti *sistematik* olarak kullanmasını ifade eder. Genellikle söz konusu şiddet bir devlete karşı gerçekleştirilir. Sonuç olarak terörizm, siyasal amaçlar, özellikle ideolojik hedefler için, ölüm, yaralama ve yıkımın sistematik bir şekilde kullanımı ya da bu yönde bir tehdidin yaratılmasıdır. Günümüzde söz konusu terör odakları oldukça genişlemiştir. Örneğin, meşru bir devlete karşı kendi vatandaşları tarafından gerçekleştirilen terör; bir devletin insan haklarını ihlal edecek şekilde siyasal şiddet kullanmasıyla oluşan terör; savaş kurallarının ihlal edilerek saldırıların sivillere yönelik olarak gerçekleştirilmesi durumunda oluşan terör (Hardt and Negri, 2004: 34); devletlerin birbirlerine karşı uyguladığı terör; ya da belli örgütlerin küresel düzeyde gerçekleştirdiği terör ifade edilebilir

Terörün siyasal amaçlar için sistematik olarak kullanımı ilk olarak Batı'da, 1789 Fransız Devrimi döneminde gerçekleşmiştir. 19. Yüzyıl'ın ikinci yarısında da, İrlandalı, Sırp, Ermeni ve Makedonyalı radikal milliyetçi gruplar terörü siyasal amaçlar için sistematik bir şekilde kullanmışlardır (Lagueur, 1980: 22-23). Napolyon'un yenilgisinden I. Dünya Savaşı'na kadar devam eden dönemde, yükselen yeni milliyetçi gruplar, bütün Avrupa'da yaygın ideolojik cinayetler gerçekleştirmiştir (O'Sullivan, 1986: 7-11). Böylece, I. Dünya Savaşı'na kadar ve hemen sonrasında terör, sağ kanat ve milliyetçi bir nitelik taşımıştır (Lagueur, 1980: 29). II. Dünya savaşıdan sonra da terör, sömürge yönetimlerinden kurtularak ulus devlet kurmaya çalışan milliyetçi hareketler nedeniyle sağ nitelik taşımaya devam etmiştir. Ancak bu sırada terör, Mao, Castro, Guevara gibi liderler öncülüğündeki hareketler nedeniyle sol nitelik de kazanmaya başlamıştır. II. Dünya Savaşı'ndan 1960'lara kadar terör, kırsal gerilla niteliği taşıırken bu tarihten sonra kent terörü çekicilik kazanmıştır (1980: 33).

Hızlı kentleşme, kitle iletişim araçları, silah teknolojisi ve taşımacılıkta yaşanan gelişmeler hem terör eylemlerinin sayısını hem de kitleler üzerindeki etkisini arttırmıştır. Özellikle ulusal ve küresel düzeyde yaşanan kriz dönemlerinde (siyasal, sosyal, ekonomik) terörizm bir siyasal değişim aracı olarak kullanılmıştır (O'Sullivan, 19986: 115-116). Söz konusu dönemlerde hızlı ve etkin siyasal sonuçlar almak isteyen gruplar ya da devletler terörizmi tercih etmişlerdir (Crenshaw, 1990: 120). Küresel bir dönüşümün yaşandığı günümüzde, terör de bu sürece uyum sağlamış ve küresel düzeyde etkin sonuçlar doğuracak bir siyasal değişim aracı olarak yaygınlaşmıştır.

Böylece temelde ideolojik nitelik taşıyan terörizm, özellikle milliyetçilik ideolojisinin yükselişi ile yakından bağlantılıdır. Uzun yıllar milliyetçi ideolojiyi esas alan terör örgütleri varlığını sürdürmüş zamanla bunlara komünist gruplar katılmıştır. Siyasal amaçlar güden din temelli terör örgütlerinin ortaya çıkması ise daha yakın bir tarihe aittir ve bu örgütler dini (İslam), bir ideoloji olarak kurgulamıştır. Örneğin, 1968'de saptanan 13 terör örgütü arasında, milliyetçi gruplar ağırlıklıdır, dinsel olarak nitelenebilecek örgütler yoktur. Ancak 1994'de, 49 terör grubundan 16'sı, 1998'de ise en tehlikeli 30 terör örgütünün yarısı temelini dinden almaktaydı (Karlsson, 2005: 179-180). 11 Eylül terör eyleminden sonra, 5 Ekim 2001 tarihinde Amerika'daki terör örgütleri listesinde yer alan 28 örgütün 15'i (Chomsky 2002: 100-101), artık 'İslam' terimi açıkça kullanılarak, 'İslamcı terör örgütü' olarak anılmaya başlamıştır. Böylece siyasal şiddet kendi post-modernizmini yaşamaya başlamış (Scognamillo, 1996: 35), 20. Yüzyıl'ın başından itibaren artan milliyetçi ve etnik temelli teröre yüzyılın son çeyreğinde dinsel nitelikli terör de eklenmiştir. 21. Yüzyıl'dan itibaren ise dinsel terör, 'İslami/İslamcı terör' adı altında küresel düzeyde en popüler terör şekli olarak kanıksanmıştır. İslam adına şiddet ya da terörün sistemli bir şekilde kullanılmasının nedeni, öncelikle İslam'ın, geçen yüzyılda siyasal bir ideoloji olarak kurgulanarak siyasal İslam niteliği kazanması, günümüzde ise milliyetçi ideolojiye eklenerek bir kimlik mücadelesi içinde sertleşmesidir.

2. SİYASAL İSLAM VE MİLLİYETÇİLİK

Batının, terör bağlamında Müslüman toplumlara yönelik tezleri farklı gruplarda toplanabilir. Başında Huntington ve Hıristiyan sağdan Robertson ve Falwell gibi isimlerin bulunduğu bazı yazarlara göre İslam, Hıristiyanlıktan farklı olarak reformasyona ve aydınlanmaya uğramamış, bu nedenle gelişmemiş ve şiddet kullanan saldırgan bir din olarak kalmıştır. Bu bağlamda Huntington, İslam'ın kanlı sınırlarından söz eder ve Müslüman devletlerin, iki ya da daha çok devlet arasındaki 31 çatışmanın üçte ikisine karıştığını savunur (Aktaran Karlsson, 2005: 21). Terör ve Müslüman toplumlar arasındaki ilişkiyi sorgulayan diğer anlayış, küreselleşme sonucunda oluşan küresel ekonomik gelişmelere vurgu yapar. Buna göre, küreselleşme sonucunda oluşan adaletsiz ekonomik dünya düzeninde, dezavantajlı konumda bulunanlar arasında Müslümanlar çoğunluktadır ve bu durumun doğal sonucu olarak terör ve fanatizm kaçınılmazdır. Bu anlayışa göre, Müslüman toplumlarda terör önce sömürgeciliğe sonra da gittikçe adaletsizleşen kapitalist dünya pazarı düzenine karşı bir tepki olarak doğmuştur (2005: 105).

Diğer taraftan, İslam ile terör arasındaki ilişkiyi, İslamcılıktaki değişim-dönüşüm çerçevesinde açıklayanlar da vardır. Buna göre, İslamcılığın

entelektüel iflası şiddeti arttırmaktadır (Sayyid, 2004: 938). Örneğin Roy (1995: 98), siyasal İslam'ın yeni fundamentalizme yani siyaset sorununun olumsuzlaştırıldığı bir noktaya geri dönüş yaptığını savunur. Buna göre İslamcılar, başlangıçta modernlik ile İslam arasında uzlaşma sağlamaya çalışmışlardı (Roy, 1995: 108,116). Ancak günümüz İslamcılığında, tıkanmış olan düşünsel arayış artık yoktur. İslamcılığın ulaştığı bu noktada, tüm kötülükler, İslam'dan uzaklaşmanın sonucu ya da Hıristiyan komplosu olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle Batı karşıtlığı artmış ve Hıristiyanlara saldırı geçerlilik kazanmıştır (1995: 118).

İslam'ın terör eylemlerinde hareket noktası olarak alınması süreci, temelde Müslüman toplumların Batı ile dezavantajlı koşullarda karşılaşması sonucunda, İslam'ın bir ideoloji olarak ifade edilmesinden hareketle açıklanabilir. Buna göre, 19. Yüzyıl'dan itibaren Müslüman dünyanın Batı ile ilişkilerde eski parlak döneminin sona ermesi ve dezavantajlı bir konuma düşmesi ile birlikte, Müslüman toplumlarda kurumsal olarak (sosyal, siyasal, ekonomik vb.) zaten etkin bir unsur ve temel kimlik kaynağı olan İslam aracılığıyla Batı karşısında düşünsel bir çıkış aranmaya çalışılmıştır. Böylece 19. Yüzyıl sonlarında, Müslüman dünyanın geri kalmışlığını ve sömürgecilikle savaşı İslami çerçevede yorumlamaya çalışan bir düşünce akımı olarak Selefîye Hareketi doğmuştur.

Selefiler, sömürge yönetimleri karşısında, Hz. Muhammed'in kurduğu ümmet devleti gibi bir devlet önermektedir (Berkes, 1969: 229). Osmanlı sarayına da giren bu hareket, II. Abdülhamit'i de etkilemiş, sultan, İslami bir milliyetçilik yaratarak (Karpat, 2001: 119) Osmanlı'yı çöküşten kurtarmayı amaçlamıştır. Bu nedenle Selefî hareketi ve ondan etkilenen II Abdülhamit, Müslümanların dini kimliğini yüksek bir düzeye çıkarmış, bu İslami kimliği bir özsaygı, onur ve gurur kaynağı haline getirmiştir (Karpat, 2005: 598). Ancak Selefîlerin söz konusu makro İslami milliyetçi boyutu yanında pratikte mikro İslami milliyetçi bir boyuta da sahip olduğu görülür. Çünkü Selefîlerin güçlü bir 'Araplık' boyutu da vardır. Örneğin Selefiler, Acem ve Türkleri, Müslümanlığı anlamayan bid'atlar³ olarak tanımlar ve onların kurduğu devletleri kabul etmez (Berkes, 1969: 229). Özellikle Mısır Selefilerinde, İslam devleti yani hilafet, Araplara özgü bir devlet şekli olarak kabul edilmiş, Türklerin hilafeti meşru görülmemiştir (1969: 235). Böylece siyasal İslam'ın temellerini atan Selefîye Hareketi, ortaya çıkmasından itibaren İslami temelde hem makro hem de mikro milliyetçi anlayışa sahip olmuştur.

20. Yüzyıl başlarında ise, köklerini Selefîye Hareketi'nden alan ve İslam'ı açıkça siyasal bir ideoloji olarak yorumlayarak İslamcı düşünceyi somutlaştıran iki örgüt kurulmuştur: 1928'de Mısır'da, Hasan el Benna tarafından kurulan Müslüman Kardeşler Örgütü (İhvan-ı Müslimin) ve 1941'de

Pakistan’da Ebul Ala Mevdudi tarafından kurulan Cemaat-i İslami Örgütü (Roy, 1995: 55; Turan, 2002: 45; Esposito, 2002: 69). El-Benna, Selefilere başında gelen Raşid Rıza’nın Batı’ya karşı, düşünsel olarak başlattığı “İslami devlet” düşüncesini siyasi harekete dönüştürürken (Turan, 2002: 45), Mevdudi İslamcılığa dayalı ilk siyasal partiyi kurmuştur (Fuller, 2004: 47). Böylece söz konusu anlayışlarda İslam devleti, Selefilere olduğu gibi, Batılı yönetimler altında kalan Müslüman toplumlarda, Batı emperyalizminin hegemonyasından kurtuluşun tek yolu olarak görülmüştür. Söz konusu devlet anlayışı, anti sömürgeci yapı ve Batı karşısında yaratılmaya çalışılan kimlik anlayışı, bu hareket ve örgütlerin milliyetçi karakterinin en açık göstergesi olmuştur. Siyasal İslam, ortaya çıkışından itibaren teoride milliyetçiliğe karşı olsa da (Mevdudi, 1959: 6, 14-15; Kutup, 2003: 177,187) Selefiye Hareketi gibi hem makro hem de mikro milliyetçi anlayışa sahip olmuştur (Altuntaş, 2005: 111-113). Bu nedenle, Batı karşısında İslam’ı bir ideoloji olarak kurgulayan ve Müslüman toplumları bir bütün olarak yeniden inşa ederek bir ‘ümme devleti’ kurmayı amaçlayan İslamcı düşüncenin temelinde Kara’nın (2004: 41) da belirttiği gibi direniş, kurtuluş ve küfre karşı mücadele (cihad) vardır. Bu dönemde söz konusu mücadele, cihad kavramının Kur-an’da belirtilen meşru sınırları içinde düşünülmüştür. Ancak bu sınırlar, zamanla küresel gelişmeler nedeniyle ve İslamcılığın milliyetçi renginin yoğunlaşmasıyla aşılmıştır.

Cemaat’i İslami ve Müslüman Kardeşler Örgütü’nden bir çok yeni parti ve grup doğmuştur. Bu gruplar içinde, terörü kullananlar büyük ölçüde İslami radikaller ve İslamcı direniş örgütleridir. İslami radikallerin kökeni, Mısırlı İslamcı Seyyid Kutub ile Humeyni ve müritlerine dayandırılır. ‘İslami radikalizmin manevi babası ve şehidi⁴’ (Esposito, 2002: 77) olarak adlandırılan Seyyid Kutub, Müslüman Kardeşler Örgütüne üye olmasına karşın, zamanla daha radikal bir İslami çizgi oluşturmuştur. Daha sonra oluşan bir çok radikal İslamcı grup Kutub’dan etkilenmiştir. Radikal gruplar, sömürge yönetimi sonrası Müslüman toplumlarda ortaya çıkan ulus devlet yönetimlerine karşı İslam devleti anlayışını sürdürmüş ve Batılı değerleri benimsediği için yozlaştığı düşünülen devlete karşı ayaklanmayı yani devrimi savunmuştur⁵. Böylece radikal İslamcıların sözde din adına uyguladığı terör eylemleri, sömürge yönetimlerinden bağımsızlığın elde edilmesinden 1980’lere kadar, büyük ölçüde bir iç siyaset sorunu olmuş ve halktan kopuk bir şekilde, Batılı değerleri benimseyen merkezi iktidarlara karşı bir mücadeleyi içermiştir. Hect (2003: 35) ve Martin’in (2003: 50) belirttiği gibi, 1978-79 İran İslam Devrimi’nden sonra, İslam adına terör eylemlerinde bulunduğunu iddia eden gruplar sayıca artmış; ve özellikle İran Devrimi ile ‘militan İslamcı hareketler’ uluslararası boyutta önem kazanmaya başlamıştır.

1990’lardan itibaren, Batı’nın Müslüman coğrafyada tekrar fiili olarak bulunması ve askerileşmesiyle beraber ‘İslamcı terör’, Batı’ya karşı yönelerek

şiddetini ve halk desteğini arttırmıştır. Böylece II. Dünya Savaşı'ndan sonra, sömürge yönetimlerine karşı ulusal bazda verilen İslami hareketlenme, küresel bazda milliyetçi rengini daha da yoğunlaştırarak önem kazanmıştır. 1990'lı yıllardan itibaren siyasi bir radikalleşme özellikle dikkati çekmiştir.

Amerika'nın Müslüman coğrafyadaki etkinliğinin artmasıyla birlikte, 'İslamcı direniş örgütleri' de dikkat çekmeye başlamıştır. Enternasyonalist militanlar yetiştiren bu örgütler, uğradıkları işgal ve sömürüye karşı direniş örgütleridir. Bir toplumsal projeden çok verdikleri mücadele, yaptıkları sansasyonel eylemlerle tanınan bu örgütler cihadı temel almışlardır. Böylece cihad, Bosna, Kosova, Çeçenistan, Keşmir gibi 'Müslüman dünyanın sınırında'⁶ (Roy, 2003: 176) ya da Amerikan işgali sonrası, Afganistan ya da Irak gibi Müslüman dünyanın tam kalbinde yapılmaktadır. Bu süreç, İslam'ın özellikle şiddet, çatışma ya da terör ile küresel bir hareket alanı kazanmasına neden olmuştur.

Günümüzde İslamcı hareketlenme, Batı'nın müdahaleleri çerçevesinde önemli bir dönüşüm yaşamakta, siyasi İslam'ın temel kaynakları, bütün Müslüman toplumlarda tekrar basılarak İslamcı teori yeniden canlandırılmaktadır. Ancak küresel gelişmelerin de etkisiyle siyasi İslamda birbirine zıt iki süreç, *İslami küreselleşme* ve *İslami yerelleşme* bir arada varlığını sürdürmektedir. Buna göre İslam, bir taraftan (özellikle teoride) Batı karşısında küresel boyutta makro bir ideoloji olarak yeniden konumlanırken, ulusal-yerel (mikro) boyut *de facto* olarak gittikçe önem kazanmaktadır. Söz konusu süreç, İslam adına yapılan cihadı da, nicelik ve nitelik açısından değiştirmekte ve dönüştürmektedir.

Siyasal İslam'ın başta gelen teorisyenlerinden olan Mevdudi'ye göre, İslam modernleşme ya da çağa ayak uydurmaya gerek duymayan evrensel bir sistemdir (Mevdudi, 2005: 51). İslam evrensel boyutta bir çeşit insanlığı kurtarma operasyonudur (Kutub, 2003: 80-1). Bu nedenle, "Resulullah'ın yasaları tüm dünyaya hakim kılınmalıdır" (Mevdudi, 2005: 56). Böylece İslam'ın tüm dünyaya hakim kılınması düşüncesi, Batı kültürüne karşı mücadeleyi somutlaştırır. İslamcılıkta artık ulusal iktidarı ele geçirmek kadar makro boyut da önemlidir. Aslında İslam'daki 'ümme anlayışı', global boyutta bir İslami topluluğu ifade eder. Yani makro boyut İslami anlayışın içeriğinde zaten vardır. Diğer taraftan, temelde bütün dinler evrensel bir mesaj taşır ve bunu tüm dünyaya yayma düşüncesi içerir. Ancak İslam'ın yapısındaki siyasi boyut ve cihad kavramlaştırması bu anlayışı somutlaştırır ve uygulamada makro milliyetçiliğe yaklaştırır.

Diğer taraftan İslamcılık, Filistin, Çeçenistan, Bosna, Keşmir, Sincan, Uygur, Filipinler gibi Müslüman olmayan ülkelerde önemli bir Müslüman

azınlığın yaşaması durumunda, büyük ölçüde ulusal kurtuluş hareketleri ile ilişkilendirilerek (Fuller, 2004: 67,138) mikro milliyetçi bir nitelik kazanmış, söz konusu mikro boyut aynı zamanda makro boyut ile eklenmiştir. Örneğin, Bosna Hersek'te Sırp'ların Müslüman'lara yönelik şiddeti karşısında savaşmak üzere bir çok Müslüman ülkeden (özellikle Türkiye, Cezayir, Irak, Sudan ve Suriye'den) iki ile beş bin arasında gönüllü Bosna'ya gitmiştir (Karlsson, 2005: 84). Böylece işgal altındaki Müslüman ülkelere ya da Müslüman olmayan bir ülkede azınlık olarak yaşayan Müslümanlara gösterilen bu ilgi, hem ötekine karşı, bir bütün olarak oluşturulan makro İslami milliyetçiliği hem de ilgili ülkelerin ya da milletlerin bağımsızlığını amaçlayan ulusal-mikro İslami milliyetçiliği bir arada barındırmıştır. Bu durumda, İslam'ın kültürel ya da ilahi yönünden çok siyasal boyutu öne çıkmakta ve söz konusu siyasal boyut makro ve mikro milliyetçi bir nitelik kazanmaktadır. Ayrıca iki durumda da (makro-mikro) öteki karşısında İslam adı altında geniş bir kolektiviteye ait olma düşüncesi, bu düşüncenin getirdiği güç ve yaşanan mağduriyet düşüncesi, İslamcılığın milliyetçi rengini ve içeriğindeki şiddet eğilimini arttırmaktadır.

İslamcı hareketler, yalnız Batı kültürüne değil, farklı Müslüman kültürlerine de kuşku ile bakar.⁷ İslamcı anlayışa göre, bütün Müslüman toplumlarda, hatta bütün dünyada hakim kılınması gereken kültür homojen, saf ve tek İslam kültürüdür. Ancak İslam'ın söz konusu tek-evrensel şeklinin içeriği konusunda farklı görüşler vardır. Çünkü Müslüman toplumlar, Arap, İran, Kuzey Afrika, Hint-Pakistan, Türkiye, Uzak Doğu, Orta Asya, Güneydoğu Asya gibi oldukça parçalı bir görüntü kazanmıştır. Bu durumda farklı İslamcı gruplar, kendi yerel-ulusal sınırlarını çizmekte ve aralarında önemli bir rekabet alanı doğmakta, gerektiğinde birbirlerine karşı da şiddet uygulayabilmektedirler. Özellikle Şii-Vahhabi rekabeti bu anlamda oldukça önemlidir. Ayrıca İslamcı düşüncedeki tek ve homojen İslam öngörüsü, farklı Müslüman toplumlarda tepkisel olarak İslam'ın yerelleşerek etnikleşmesi ve böylece ulusal çerçeveye çekilerek mikro milliyetçi niteliğinin yoğunlaşması sonucunu da doğurmaktadır. İslamcı anlayıştaki söz konusu milliyetçi vurgu, Batı'nın müdahaleleri nedeniyle toplumsal düzeye de yansımakta, Karpat'ın (2001: 121-123) da belirttiği gibi, İslam'a dayalı milliyetçilik Ortadoğulu (ve diğer) Müslümanların yaşadığı bir siyasal dönüşüm süreci olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak, İslamcı anlayış küresel gelişmelere paralel bir şekilde evirilmekte ve birbirine zıt makro ve mikro süreçleri bir arada yaşamaktadır. Daha da önemlisi, İslamcı anlayıştaki söz konusu etnik ve milliyetçi (makro ve mikro) boyutların yoğunlaşmasıyla, İslam adına yapılan cihad, teorik sınırlarını aşmakta her türlü değerden arınmış şiddet, ayırimsız ve acımasız terör

uygulamaları şeklini alabilmektedir. Söz konusu durum, ortaya çıkan yeni küresel siyasal sürecin psikolojik bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

3. LİDER BATI'NIN YENİ LİDERİ ABD VE KÜRESEL SİYASETTE DİN OLGUSUNUN YÜKSELİŞİ

Günümüzde küresel siyasal süreç büyük ölçüde ABD tarafından belirlenmektedir. ABD'nin küresel olarak hakim güç konumuna yükselmesi, uluslar arası siyasal konjonktürde önemli değişikliklere yol açmış ve ABD'ye ait bazı özelliklerin küresel siyasal sürece yansımalarına neden olmuştur. Söz konusu yansımalarından en önemlisi, ABD'nin muhafazakar yapısıdır. ABD'de 300'den fazla Hıristiyan cemaati vardır ve Amerikalıların %60'ından fazlası bu cemaatlerden birine üyedir. Aynı verilere göre, Amerikalıların %40'ı her hafta kiliseye gitmektedir. Bu oran İngiltere'de %14, Fransa'da %12'dir. Söz konusu verilerin, 11 Eylül'de Amerika'ya yapılan saldırılardan önceki durumu yansıttığını belirtmek gerekir. Yani bu oranların, saldırılardan sonra tepkisel olarak daha da arttığı söylenebilir. Amerika'da toplumsal boyutta dikati çeken muhafazakar yapı siyasal alanda da belirleyici olmuştur. Bush, siyasal yapı içinde, Hıristiyan sağa ihtiyaç duymuş ve uyguladığı politikalarla⁸ bu kesimden %82 oranında oy almayı başarmıştır (Karlsson, 2005: 34-50).

Böylece Batı liderliğini yapan Amerika'da, Sovyetler Birliği'nin çökmesinden sonra, içeride muhafazakar yapı güçlenerek “biz” konumlanmasında Hıristiyan vurgu artarken, kimlik inşasının doğal bir sonucu olarak “öteki” de dini (İslami) olarak konumlandırılmış ve bu da küresel liderlik konumunda bulunan Batı'nın kendi içindeki tarz değişikliğinin küresel yansımalarının açık göstergesi olmuştur. Ellingsen, yaptığı bir araştırmada, Batı medeniyetinde nüfusun %50'sinin, din ya da dini olayların kendileri için önemli olduğunu belirttikleri sonucuna ulaşmıştır. Ancak söz konusu oranın en yüksek olduğu medeniyetler, Afrika ve İslam medeniyetleri olmuştur(2005: 310). Böylece 1990'lardan itibaren kültürün din üzerine temellendiği bir anlayışı yansıtan ‘medeniyetler çatışması’⁹ kavramlaştırmasıyla ifade edilen ‘Batı-İslam çatışması’ düşüncesi tüm dünyada yeni küresel siyasetin ABD versiyonu olarak yaygınlaşmış ve dinsel değerlerde karşılıklı bir yükseliş dikkati çekmiştir. Ancak Amerika'nın, dışarıda, “İslam dünyası” karşısında “Hıristiyan” kimliği ile değil “Batı” olarak yer alması ilginçtir. Çünkü “Batı” kavramı demokrasi, insan hakları, teknolojik gelişme, bilimsel gelişme, rasyonel düşünce gibi gelişmenin ve medeniyetin temel değerlerinin sembolü olarak tanımlanırken, “İslam” az gelişmişliğin ve bizden olmayan ötekiliğin sembolü olmuş, ikili karşılaşma da bir semboller savaşı niteliğine dönüşmüştür. Aslında İslamcılarının da, söz konusu kavramlarla kurgulanmış bir karşılaşma düşüncesine itirazları olmamış, onlar da kendilerini ümmet anlayışındaki alternatif bir siyasal sistemi

temsil eden “İslam” kavramlaştırması ile tanımlarken, ötekini ‘Batı’ olarak kabul etmiştir. Çünkü İslamcıların, tek Tanrılı ve İslam öncesi hak din olan Hıristiyanlıkla bir sorunları yoktur. Hıristiyanlık konusundaki temel eleştirileri, bu dinin sonradan değiştirilmiş olmasıdır.¹⁰ Bu nedenle pratikteki Hıristiyanlık, İslam karşısında muhatap olarak alınmamaktadır. Siyasal İslam, Hıristiyanlığı ve tüm dünyayı yozlaştırdığı söylenen ‘batılı değerlere’ karşı olduğunu savunmuştur.¹¹

Hıristiyan dünya ise, İslamı, Hıristiyanlıkla misyon anlamında yarışacak ve Hıristiyanlığa tehdit oluşturacak (Esposito, 2002: 12) bir rakip olarak algılamıştır. Çünkü Neo-Oryantalist görüşe göre, İslami cephe, güney Avrupa’dan Endonezya’ya ve Büyük Çin Seddi’ne kadar uzanmaktadır. Daha da önemlisi bu İslami varlık, geniş petrol rezervlerine, büyük bir nüfusa ve potansiyel olarak nükleer silahlara ve uzun menzilli füzelere sahiptir. Bu, Batı’nın çıkarlarına tehdit ve gücüne rakip olacak bir durum olarak algılanmaktadır (Hunter, 1995: 338). Diğer taraftan, İslamcıların Batı’ya karşı ideolojik bir meydan okuma süreci içinde olduğu savunulur. İslamcılar, Müslüman toplumlara kendi içinde tutarlı bir sosyal, siyasal, ekonomik örgütlenme teklif etmektedir. Hunter, bu durumun özellikle komünizm sonrası dönemde, Batı’nın liberal demokratik felsefesinin evrensel uygulanabilirliği görüşüne ciddi bir meydan okuma olarak değerlendirilebileceğini belirtir (1995: 346). Böylece Batı, teolojik bir olgu olarak İslam ile siyasal bir ideoloji olarak İslamcılığı birbirinden ayırmadan genel bir tehdit olarak ele almakta ve bu algılayış, soğuk savaş sonrasında güçlü bir ötekinin olmaması nedeniyle zayıflamaya başlayan Batı kimliğinin güçlendirilmesi için bir araç olarak kullanılmaktadır. Tek-homojen bir İslam kimliği (dinsel bir olgu ya da siyasal bir ideoloji olarak) karşısında tek-homojen bir Batı kimliği şeklindeki ayırimsız algılayış, kimlikteki öteki vurgusunu yoğunlaştırmaktadır. Bu vurgu, her iki taraf için, ötekini somutlaştırmakta ve öteki karşısında şiddet kullanımını kolaylaştırmaktadır.

Amerika’nın dışarıda kendisini Batı kavramlaştırması bağlamında sunmasına karşın, dinsel (Hıristiyan) boyutunun da önemli olduğunu gösteren başka örnekler de verilebilir. Bu konuda verilebilecek en önemli örnek uzak doğu ülkelerinin son dönemde yaşadığı dinsel dönüşümdür. 1980’li yıllar boyunca uzak doğu kaplanları (Hong Kong, Singapur, Kore, Tayvan) olarak ifade edilen ülkelerde yaşanan mucizevi ekonomik gelişmenin nedeni, ucuz işgücü, disiplin ve eğitim olduğu kadar, ABD’nin bu ülkelere pazarlarını açması ve ucuz kredi imkanları sunmasıdır. Ancak bu süreçte çok önemli bir gelişme dikkati çekmiş ve bu ülkeler çarpıcı bir dinsel dönüşüm yaşamıştır. Örneğin Güney Kore’de, 1957 yılında 1.7 milyon Hıristiyan nüfus yaşarken günümüzde, bu sayının 18.5 milyona¹² ulaştığı görülmektedir (Karlsson, 2005: 266). Böylece Amerika öncülüğündeki Batı, yalnız ekonomik, siyasal, teknik sistemlerini

değil, din de (Hıristiyanlık) ihraç etmektedir. Müslüman dünyada etkinliği artan Batı'nın bu tür misyonerlik çalışmaları, bir tepki olarak İslami milliyetçiliği hem küresel düzeyde hem de ulusal düzeyde arttırmaktadır.

Sonuç olarak, küresel siyaseti önemli ölçüde belirleyen Amerika'da, soğuk savaş sonrası etkinlik kazanan dinsel vurgu, Müslüman toplumlarla ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmuştur. Öncelikle, Müslüman toplumlarda zaten etkin olan dinsel kimlik daha da yoğunlaşmış ve bu durum İslamcı örgütlerin toplumsal taban bulmasını kolaylaştırmıştır. Diğer taraftan, İslamcı örgütler tepkisel olarak, dinsel (Hıristiyan) vurgusu artan küresel öteki karşısında İslami milliyetçi rengini arttırmıştır.

4. YENİ KÜRESEL SÜRECİN MÜSLÜMAN TOPLUMLARDA YARATTIĞI PSİKOLOJİK SONUÇLAR

İslam, Müslüman toplumlarda hala önemli bir kültürel, teolojik, siyasal ve kimliksel unsurdur. Ancak günümüzde İslam dininin siyasal ve kimliksel boyutu kültürel ve teolojik boyutunun önüne geçmiş gibi görünmektedir. Toplumsal ve küresel düzeyde yaşanan önemli gelişmeler sonucunda, İslam, Müslümanlar arasında bir dayanışma ve paylaşılan topluluk değeri olarak önemini arttırmış ve temel bir kimlik kaynağı olarak konumlanmıştır. Din olgusu, bir kimlik olarak ifade edildiğinde, bir taraftan farklılıkların vurgulandığı bir "öteki", diğer taraftan benzerliklerin vurgulandığı bir "biz" bütünlüğü yaratılır. Müslüman toplumların içinde buldukları az gelişmişlik ve siyasal etkisizlik karşısında İslam dini ve onun parlak geçmişi biz bütünlüğünün temel unsuru olmuştur. Ancak toplumsal ve küresel düzeyde yaşanan olumsuz gelişmeler, İslam kimliği vurgusunda *öteki ve farklılık* boyutunu ön plana çıkarmıştır. Bu durumun en önemli sonucu, öteki karşısında İslam adına şiddet kullanımını kolaylaştırmış olmasıdır.

Son dönemlerde, Müslüman toplumlarla ilgili değerlendirmelerde belirtilmesi gereken önemli noktalardan birisi, bu toplumların gerçekleştirmeye çalıştığı modernleşme süreci ve bunun yarattığı sonuçlardır. Müslüman toplumlarda yaşanan modernleşme çabalarının başarısız olması, olumsuz sonuçlara yol açmıştır. Hızlı kentleşme ve eğitimin artmasına karşın ekonomik gelişmenin sağlanamaması, çok sayıda insanın geleneksel hayatından kopmasına ancak yaşanan gelişmelerden faydalanma imkanı bulamamasına yol açmıştır. Bu durum insanlarda kimlik krizine yol açmıştır. Kentlere yönelen yoğun göç sonucunda yaşanan işsizlik ve kültürel-dinsel değerlerde yaşandığı düşünülen yozlaşma anlayışı, bu kesimde İslam'ın ve İslamcılığın etkili bir alternatif olarak yükselmesine yol açmıştır. İslam, modernleşmenin yitirdiği bireysel ve sosyal kimliklerin yeniden tanımlanması, restore edilmesi ve

güçlenmesini sağlamıştır. Tepkisel olarak Batılı değerlerin reddi ve yeniden İslamileşme ile karşılaşmıştır (Ellingsen, 2005: 306-7).

Benzer bir durum, Avrupa ve Amerika’da yaşayan Müslümanlar arasında da yükselmiştir. Batı Avrupa’da ve Amerika’da hızla büyüyen bir Müslüman cemaat dikkati çekmektedir. Örneğin, AB içinde 15 milyon Müslüman yaşamaktadır. Bu insanlar arasında işsizlik yaygındır, bu duruma toplumsal dışlanmışlık da eklendiğinde, göçmen banliyölerinde yasal olmayan fundamentalist (köktendinci) gruplar etkinlik kazanabilmektedir. Köktendincilik, hem Müslüman ülkelerde hem de Batı’da, hiçbir umudu olmayan yoksul Müslüman gençlere kolay bir gurur ve kimlik vererek harekete geçirebilmektedir. Batıda yaşayan göçmen Müslümanların çocukları, Müslüman ülkelerde yaşayanlardan farklı olarak kökleri olmayan, küreselleşmiş bir dünyada büyüyen ve ‘yeniden doğmuş’ Müslümanlardır. Bunlar kendilerini belli bir devletin vatandaşı olarak değil Müslüman cemaatin bir üyesi olarak görmektedirler. Sözkonusu Müslüman gençler, İslamcı hareketlerin ulusal sınırları aşır uluslar üstü bir nitelik kazanmasında ve ümmet anlayışı ile “uluslar arası İslam birliği” şeklindeki radikal hareketlerin etkinlik kazanmasında önemli olmuştur¹³ (Karlsson, 2005: 103). Bu hareketler, belirli bir devlet vatandaşlığından çok, öteki (Batı) karşısında ümmet anlayışı ile makro bir kimlik taşımaktadır. Diğer taraftan, bu insanların küresel öteki karşısında güçlü aidiyet duygularına ihtiyaçları vardır ve milliyetçi (makro) nitelik kazanmış din (İslam) bu bağlamda en anlamlı aidiyet duygusunu vermektedir. Böylece bu hareketler, İslami temelde şekillenmiş siyasal, ekonomik, tarihsel boyutlarıyla makro İslami milliyetçi bir nitelik kazanmaktadır.

Diğer taraftan Arendt’a göre (1996: 14), günümüzdeki yaygın şiddet ve terörün en önemli nedenlerinden biri, evrensel olarak yabancılaşmış 21. Yüzyıl modern insanının küresel bunalımıdır. Günümüzde insanlar küresel karşısında genel olarak daha güçlü-radikal kimliklere ihtiyaç duymaktadırlar. Dini kimlik bu bağlamda küresel bazda önemli bir kurtarıcı olarak tekrar yükselmektedir. Bu durum, özellikle son küresel gelişmeler çerçevesinde, Müslümanlar için daha belirgin bir nitelik kazanmaktadır. Fuller’ın da itiraf ettiği gibi, 11 Eylül 2001’de ABD’ye yapılan saldırılardan sonra, Ortadoğu politikası bir intikam duygusu şeklinde ortaya çıkmıştır (2004: 21). Teröre karşı savaş, Bush öyle olmadığını savunsa da, İslam’a karşı bir savaş olarak algılanmıştır (Fuller, 2004:156). ABD’nin bu yaklaşımı, Çeçenler, Keşmirliler, Uygurlular gibi başka coğrafyalarda yaşayan ve azınlık durumunda bulunan Müslümanlara karşı da, güç kullanılarak bastırma fırsatı yaratmıştır (2004: 21). Böylece Müslümanlar kendilerini tüm dünyada yaşanan küresel olayların baş kurbanı olarak görmüş (Fuller, 2004:158) ve Batı’nın Müslüman coğrafyadaki işgalleri de eklendiğinde, Müslümanlar ciddi bir “varoluşsal güvensizlik”¹⁴ psikolojisi

yaşamaya başlamıştır. Söz konusu psikoloji, kendini savunma anlamında terörün artmasında önemli bir etken olmuştur.

Müslüman ülkelerin küresel siyasetteki dışlanmışlık durumu, Müslümanların yaşadığı söz konusu olumsuz gelişmeleri siyasal olarak etkileme ya da ortadan kaldırma gücünü de yok etmiş, bu durum terörizmi besleyen önemli bir unsur olmuştur. Örneğin 2005 yazında gerçekleşen G8 zirvesinde, çekirdek üyeler arasında İslam ülkesi olmadığı gibi, ekonomik yükseliş içinde oldukları gerekçesi ile zirveye davet edilen Çin, Brezilya, Hindistan gibi ülkeler arasında da herhangi bir Müslüman ülke yoktur (Radikal, 9.7.2005: 8). Böylece Batı'nın, Müslüman ülkeleri küresel yönetim mimarisine katmak yönünde ciddi bir çaba içinde olmadığı görülmektedir. Çünkü gerektiğinde işbirliği kurulan Suudi Arabistan gibi ekonomik olarak zengin Müslüman ülkeler de söz konusu birliklere dahil edilmemektedir. 2006 yılında gerçekleştirilen G8 zirvesinde de aynı durum devam etmiş, hatta zirve sırasında Lübnan'a saldıran İsrail'e herhangi bir tepki gösterilmediği gibi saldırının, İsrail'in kendini savunma hakkı olduğu belirtilmiştir (Radikal, 17.07.2006: 7).

Böylece Müslüman toplumların Batı karşısında küresel boyutta yaşadığı psikolojik güvensizlik, siyasal dışlanmışlık, saldırıya maruz kalma, ekonomik geri kalmışlık ve yoksulluk, bu toplumlarda ciddi bir "onur kırıklığı duygusu" yaratmıştır. Söz konusu yoğun duygusal olumsuzluğu karşılayabilecek en güçlü ideoloji ise milliyetçilik olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü milliyetçilik, insanlara öteki karşısında gurur, köklülük, değer ve güçlü bir kimlik kazandırır. Bu milliyetçiliğe, Müslüman toplumlarda zaten etkin olan dini (İslami) bir nitelik atfedilerek kutsallaştırılması durumunda ise karşımıza oldukça güçlü bir kimlik kaynağı olarak İslami milliyetçilik çıkmaktadır. Söz konusu İslami milliyetçi anlayış, geçmişin parlak dönemlerine vurguyu somutlaştırmış ve geçmişten güç alınmaya çalışılarak yaşanan onur kırıklığı tamir edilmeye çalışılmıştır. Müslüman toplumlarda en parlak tarihsel süreç İslam İmparatorluğu döneminde yaşandığından İslam, tarihteki temel referans noktası olmuştur.

Bu bağlamda belirtilmesi gereken diğer bir nokta da, söz konusu onur kırıklığının zamanla kin ve nefrete dönüşmesidir. Freud, saldırganlığı içgüdüsel bir dürtü olarak tanımlamasına karşın zamanla bu düşünceye itirazlar yükselmiş ve saldırganlığın içgüdüsel değil, bir savunma davranışı olduğu ve ortaya çıkan düzen kaybına bir cevap olarak yükseldiği savunulmuştur (Erten ve Ardalı, 1996: 145-6). Aşırı mutsuzluk ve haz eksikliği sonunda, kin dolu zarar vericilikle sonuçlanan bir psikoloji ile karşılaşılır (1996: 151). Bir ilişkide, kişi uğradığı aşağılamaları kendi çabalarıyla karşılama imkanı bulamadığında nefret, kin ve intikam dolar. Kişi kendini olayların kurbanı olarak görür ve bu durumdan kurtulmak için her türlü sorumluluktan kaçma eğilimi gösterir

(Enzensberger'den aktaran Karlsson, 2005: 75). Söz konusu duygular, bir kolektivitede yaygınlaştığında ise katlanarak büyür ve ötekine karşı acımasız şiddet ya da terör kullanımı artar. Schmitt'in belirttiği gibi, bu durumda şiddet ve terörün yöneldiği hayali düşmanlar yaratılır (Aktaran O'Sullivan, 19986: 20). Ancak Müslüman toplumlar örneğinde, düşmanlar hayali değil somut bir nitelik kazanmıştır. Bu durum şiddetin de somutlaşmasını kolaylaştırır. Böyle bir süreçte, radikal gruplar terörü, varolan sosyal, siyasal ve ekonomik düzeni değiştirme aracı olarak kullanır. Ortaya çıkan terör, bir taraftan daha sert ve acımasız bir nitelik kazanırken diğer taraftan meşrulaşır ve zamanla kanıksanır. Cihad konusunda çalışan Peters (1996:111), günümüzde cihadın genel ahlaki ve rasyonel kavramlarla haklılaştırılmasına gerek duyulmadığını belirtir ve bunun nedenini de Batılı yayılmanın artması olarak açıklar. Böylece haklı gerekçeleri olan terör anlayışı doğmakta ve Crenshaw'ın (1990: 8) terörizmdeki 'kolektif rasyonalite' kavramlaştırması ile karşılaşılmaktadır.

Terörün doğmasına neden olan somut toplumsal ve küresel olaylar yanında terörü taşıyan ya da onu meşrulaştıran araç da önemlidir. İdeoloji bu bağlamda belirtilmesi gereken en önemli araçtır. Kallen'ın (1990: 58) da belirttiği gibi ideoloji, terörist davranışı provoke eder ve şekillendirir. İslam'ın bir siyasal ideoloji olarak konumlanması, onun siyasal sonuçlar elde etmek için kullanılmasını kolaylaştırmıştır. Diğer taraftan, dini inanç ve terör arasındaki ilişki de özellikle günümüzde üzerinde düşünülmesi gereken bir ilişki ağı oluşturmaktadır. Din olgusu bağlamında yapılan bir çok teolojik çalışma, dindeki barış ve harmoni prensibi nedeniyle dinin çatışmayı önleyici ya da sona erdirici fonksiyonundan bahseder. Ancak 1996-2001 yıllarını kapsayan ve dünyadaki 278 devletler arası ve devletler üstü çatışmanın istatistiksel analizinde, dinsel nitelik taşıyan çatışmaların diğerlerine göre daha şiddetli olduğu görülmüştür (Pearce, 2005: 334). Gerçekleştirilen bir çok bilimsel çalışmada da (Ellingsen, 2005: 313), dinsel farklılıkların çatışma riskini arttırdığı bulunmuştur.¹⁵ Özellikle dinin siyasal bir ideoloji haline getirilmesi ya da başka ideolojilere eklenmesi durumunda söz konusu şiddetin daha da arttığı söylenebilir.

5. İSLAMCI TEORİDE CİHAD VE SINIRLARI

İslam adına şiddet ya da terörün kullanılması çok eskilere kadar gider. Müslümanlar arasında, peygamberlerinin ölümünden kısa bir süre sonra muhalefetin şiddet yoluyla gerçekleştirilmesi yaygınlaşmıştır. Hariciler ve Sabbahiler bu anlamda verilebilecek örneklerdir. Bu süreçte suikast bir araç olarak kullanılmış ve bir suikast kültü yaratılmıştır (Esposito, 2002: 60). Ancak İslam adına terörizm, Nizariler de denen İsmailiye mezhebinin *Haşhaşileriyle* (Assassins) başlatılır (Rapoport, 1990a: 149; Roy, 1995: 98). Çoğu zaman,

dünyanın ilk profesyonel teröristleri olarak (O'Sullivan, 1986: 124) anılan Haşhaşiler, 11-13. yüzyıllarda İran ve Suriye'de etkili olmuş, suikast eylemini sistemli bir şekilde kullanmıştır. Yaklaşık iki yüzyıl süren bu hareket (Rapoport, 1990a: 146) eylemlerini, Haçlılara karşı değil, siyasi, askeri ya da dini nitelik taşıyan ve kötülük kaynağı olarak görülen üst düzey Müslümanlara (özellikle Sünni) karşı gerçekleştirmiş (Lewis, 2003: 124), Sünni otoriteleri zayıflatmak ya da yıkmak amaçlanmıştır (O'Sullivan, 19986: 125). İsmailiye mezhebi fedaileri, eylemlerinde hançer kullanır ve sadece hedefteki sembolik kişiye yönelik eylem yaptıktan sonra asla kaçmaya çalışmaz ya da intihar etmezlerdi (Lewis, 2003: 125; Rapoport, 1990a: 151). Günümüzdeki İslamcı terör eylemlerinde, mümkün olduğunca masum sivillerin öldürülmesi asli hedeftir ve temel amaç korku salarak psikolojik etki yaratmaktır (Lewis, 2003: 126). Son zamanlarda bu tür eylemler genellikle intihar eylemleri şeklinde gerçekleşmektedir.

Aslında din adına şiddet-terör gerçekleştirilmesi sadece Müslüman toplumlara özgü bir durum değildir. Musevi ve Hıristiyan toplumlarda da din adına şiddet-terör kullanılmıştır. Aslında her din kendi karakteristik terör şeklini yaratmıştır (Rapoport, 1990b: 120). Örneğin, Musevilik tarihinde *Zealots* ya da *Sicarii* adıyla bilinen terörist gruplar vardır. Hindu tarihinde ise *Thug* olarak isimlendirilen bir yapılanma vardır ve kökeni iki bin beş yüz yıl öncesine kadar gider. Bu grubun, son üç yüz yıllık sürede, yılda otuz bin cinayet işlediği belirtilir (Rapoport, 1990a: 147). Hıristiyanlıkta ise, katı ve güçlü hiyerarşik yapı bu tür eylemlere fırsat vermemiş, söz konusu yapı yeri geldiğinde din adına şiddeti kendisi uygulamıştır.

Günümüzde, İslamcı anlayış, öteki karşısında şiddet ya da terör kullanımı konusundaki görüşlerini, Kur'an ayetlerine dayanarak ve İslamcı teorisyenlerin yorumuyla ortaya koyar. İslamcı anlayış öncelikle "öteki" ile ilişkilerde sınırlar çizer. "Ey inananlar, Yahudi ve Hıristiyanları kendinize dost ve idareci edinmeyin, onlar birbirlerinin dostudurlar. Sizden kim onlara dost olursa o da onlardandır..."(Maide, 51) ayeti ve bazı benzer Kur'an ayetleriyle, Dar-ül İslam dışında bulunanlarla ilişkilerde sınırlar koyulur.¹⁶

"Öteki" ile sınırlı ilişkilerin, ne zaman çatışmaya dönüşeceği ise yine Kuran ayetlerinden hareketle ifade edilmeye çalışılır. "Kendilerine kitap verilenlerden Allah'a ve ahiret gününe inanmayan, Allah'ın ve Resulü'nün haram kıldığını haram saymayan, 'hak dini' din edinmeyen kimselerle küçülüp boyun eğerek elleri ile cizye verinceye dek savaşın" (Tevbe 9: 29). Kur'an'da Amacı açıkça belirtilen söz konusu savaş cihad olarak ifade edilir. İslamcı düşüncenin kurucularından Mevdudi, Allah'ın kelimesini yüceltmek amacıyla parası, dili, kalemi, elleri ve ayaklarıyla çaba harcayan kişinin cihad yaptığını belirtir. "Ancak cihad özel olarak bütün dünyevi amaçlardan sakınılıp sadece

Allah için İslam düşmanlarıyla yapılan savaş için kullanılır.” Şeriatta bu cihada “farz-ı kifaye” denir (Mevdudi, 2005: 99). Herhangi bir Müslüman ülkeye saldırı halinde, cihad bütün vatandaşlara tıpkı namaz, oruç gibi farz olur. Eğer onlar karşı koyacak durumda değilse, onlara yakın olan ülke Müslümanlarının kendi can ve mallarıyla onlara yardım etmesi farz olur. Mevdudi’ye göre (2005: 100), bu durumda cihad, namaz ve oruçtan daha önemlidir ve bu kurallara uyulmaması durumunda o toplum günahkar olur. Bu zor zamanlarda, İslam ve Müslüman düşmanlarına yardım eden münafiktir ve namaz, oruç, zekat gibi ibadetleri kabul olmaz.

Mevdudi (2005: 115), cihadın sona ermesinin koşulunu, ‘hakka düşmanlık edilmesinden vazgeçilmesi’ olarak ifade eder. Ancak Mevdudi’ye göre (2005: 115), Allah’ın hakkının ödenmesi için insan hakları gereğinden fazla feda edilmemelidir. İslamcılıkta cihad, ilk ortaya çıkmasından itibaren teorik olarak ulusal savunmadan fazlasını ifade etmiş ve İslam İmparatorluğu döneminde olduğu gibi İslam’ın alanını genişletmeye yönelik evrensel nitelik taşıyan geniş kapsamlı bir cihad temel alınmıştır. Ancak 20 yüzyılda cihad, pratikte ulusal savunma boyutunda kalmıştır. Günümüzde, radikal İslamcıların büyük ölçüde referans aldığı Seyyid Kutub’un cihad kavramlaştırmasına bakmak, bu grupların din adına terör kullanımı ve bunun sınırları konusunda fikir vermesi açısından yararlı olacaktır.

5.1. Seyyid Kutub ve Cihad

Müslüman toplumların sömürge yönetimlerinden kurtularak kendi ulus devletlerini kurmasından sonra, İslamcı anlayış batılı değerleri esas alan bu devletlere karşı olmuştur. Bu dönemde, İslamcı radikallerin başında gelen Seyyid Kutub, Mevdudi’den hareketle, bu ulus devletlere ve onların temel aldığı Batılı değerlere karşı yapılması gerekeni yani cihadı tekrar tanımlamaya girişmiştir. Kutub’a göre, insanın kendi nefsinde, şeytana ve İslami değerler dışında kalan tüm değerlere karşı mücadele vermesi ‘büyük cihad’ olarak tanımlanır. Bundan sonra, Allah’ın mutlak hakimiyetini yeniden kurmak için, bu amacı engelleyen tüm zalim ve şer güçlere karşı mücadele verilir (Kutub, 2003: 97). Yani cihad, önce insan nefsinin sonra da tüm evrenin ‘İslamlaşma’si için mücadele etmektir.

Kutub’a göre, “İslam prensiplerine uymayan batıl sistemleri yıkıp yerine İslam düzenini getirmek İslam’da cihadın ana gayesidir!” (2004: 28). İslam’da cihadın amacı, yeryüzünde insan egemenliğine dayalı yönetim biçimlerinin tamamen ortadan kaldırılıp yerine Allah’a ait olan hakimiyet hakkının Allah’a iade edilmesidir (Kutub, 2003: 76). Kutub’a göre cihad, İslam sistemini hayata hakim kılma fiilidir (2004: 48). Böylece Kutub, İslam’ı açıkça siyasal bir sistem

olarak ele almakta, cihadı ise bu sistemi hakim kılmanın bir aracı olarak görmektedir denebilir.

Kutub'a göre (2004: 56), İslamda savaş yalnız Allah için yapılır. "...Cihad, mü'minleri dinlerinden döndürecek fitne ve batıla yönelme pisliğinden korumak içindir" (Kutub, 2004: 239). Buna göre cihad, mü'minleri yanlış yoldan korumak yani Batı'ya ve onun değerlerine yönelmeyi önlemek için yapılır.

Kutub'a göre, İslam'da cihad milletlerle dövüşüp onların gelir kaynaklarına el koymak için yapılmaz. "Şer güçler, Allah'ın sınırlarını hiçe sayıp, yeryüzünün gelir kaynaklarını sömürmek isteyen, fakir kitleleri perişan eden zalimler gürhudur" (2004: 23). "Müslümanlar kendilerine niçin cihad izni verildiğini biliyorlardı: Zulüm edildikleri için" (Kutub, 2004: 52). Böylece Kutub'a göre cihadın temel nedenlerinden bir diğeri de, Müslüman toplumların Batılılar tarafından sömürülmesi ve bunun yarattığı zulüm düşüncesidir.

Kutub'a göre, cihad aynı zamanda, "İslam'ın beşeri sistemlerden, diğer semavi dinlerden daha üstün bir sistem olduğunu göstermek için" yapılır (2004: 13). Diğer topluluklar, sistemleri altında Müslümanları idare edebilecek kapasitede değildirler. Bu nedenle İslam, evrensel özgürlüğe engel olan diğer sistemleri yıkmak zorundadır (Kutub, 2004: 46). Kutub, Batı karşısındaki güçsüzlük psikolojisini ve bunun yarattığı rahatsızlığı, İslam dininin üstün kutsal yapısıyla telafi etmeye çalışmaktadır. Buna göre, Müslüman toplumların güç kazanacağı sistem İslam dinine dayandırılmakta, söz konusu İslam nizamının, sosyal, siyasal, ekonomik tüm yönleriyle hayata hakim kılınması savunulmakta, bu sistemin kurulması ise cihadın temel hareket noktası olarak görülmektedir.

Kutub'a göre, İslam toplumunun kurulması için cahiliye toplumları ile mücadele edilmelidir. Cahiliye toplumları ise, İslam toplumu dışında kalan tüm toplumlardır (Kutub, 2003: 116). "İslam toplumu, kendini Müslüman saydığı halde, İslam şariatını yasa edinmeyenlerin (yasama biçimi olarak kabul etmeyenlerin) meydana getirdiği bir toplum değildir" (Kutub, 2003: 137). Cihad tüm bu toplumlara karşı verilmelidir. Böylece radikal İslamcı anlayışta, İslami bir düzene (İslam'ın siyasal, sosyal vb. yaşamın her alanında hakim olduğu bir düzen) sahip olmayan her kesim ötekidir ve öteki kavramlaştırması içine Müslüman toplumların çoğu girmektedir.¹⁷ "Müslümanların gayesi her şeyden önce yaşadıkları topraklardaki batıl sistemleri yıkmaktır. Ancak Müslümanların gayesi bununla bitmez, asıl gaye ve en büyük hedef bütün bir yeryüzünü kuşatan evrensel inkılabı gerçekleştirmektir" (Kutub 2004: 29). Böylece Kutub'da cihad, İslam şariatının uygulanmadığı tüm yönetim ve toplumlara karşı yapılır. Bu durumda mücadele alanı oldukça genişlemektedir.

Diğer taraftan, Kutub'a göre, Dar-ül İslam¹⁸ ve orada yaşayan Müslümanlar ciddi bir saldırı tehlikesi ile karşı karşıya kalmasa da cihad İslam'ın doğasında hep vardır. "Müslüman, Allah'ın dinini yeryüzünde yüceltip bu dine girmek isteyenleri korkutacak hiçbir şey kalmayınca, Allah'ın dinini tebliğ etmekten ve dinde kararlılık gösterip gereklerini yerine getirmekten alıkoyan hiçbir kuvvetin korkusu kalmayınca ve dinin hakimiyetini yeryüzünde sağlayınca kadar cihad edecektir" (Kutub, 2004: 50-1). Böylece "Cihad kıyamete kadar devam edecektir" (Kutub, 2004: 65).

Kutub'a göre "...müminlerin yapmak zorunda oldukları şey sadece yeryüzünde İslam'ın yüce, adil ve güçlü nizamını kurmak, Müslüman'ı da Müslüman olmayı da tam bir adalet ortamı içinde güvencesi altına alan bu nizamın gölgesinde herkese istediği inancı seçebilme özgürlüğü sağlamaktır" (Kutub, 1998:101). Bu anlayışta, İslam düzeninin kurulmasından sonra, düzenin sahip olduğu üstünlük nedeniyle diğer dinlerden olanların da İslama geçeceği öngörüsü vardır. Ayrıca İslam düzeninin hakim olduğu bir sistemde, İslam dışı unsurların bulunması rahatsızlık yaratmamaktadır. Sorun, İslam'ın güçsüz olduğu bir sistemde öteki ile birlikte yaşamaktır.

Kutub, Mevdudi'den hareketle cihad sırasında kullanılabilir şiddetin sınırlarını da çizer. Buna göre, "...İslam insanların vicdanlarını ve yüreklerini egemenliği altına almak için kesinlikle zor kullanma yöntemine başvurmaz." Tebliğ yolu esastır. Ancak otoriter ve totaliter yönetimler karşısında mücadele etmekten de kaçınmaz. Bu nedenle sadece tebliğ yolu yeterli olmayabilir (Kutub, 2003: 71-6). Fiili savaş durumu olursa, haramlar çiğnenmez, çocuklar, ihtiyarlar ve kadınlar öldürülmez, tarlalar yakılmaz, hayvanlar telef edilmez, çeşitli dinlere bağlı rahiplere saldırı gerçekleştirilmez. Ayrıca, "...yakarak yahut da işkence ederek öldürmek İslami esaslara uymaz. Mescid'i Haramda da öldürmek yoktur" (Kutub, 2004: 59). Sadece Müslümanların karşısında silah taşıyanlarla savaş yapılır (Kutub, 1998: 103-4; Kutub, 2004: 57).

Sonuç olarak, radikal İslamcı grupların referans aldığı isimlerin başında gelen Kutub'a göre, cihadın nedenlerinin başında şunlar vardır: siyasal bir sistem olarak İslam'ı hakim kılmak; Müslümanların Batılı değerlere yönelmesini önlemek; Batı'nın yaptığı sömürü ve zulümü ortadan kaldırmak; tüm insanlığı kapsayacak güçlü ve üstün bir sistem yaratmak; bu sistemin yaratılmasını engelleyecek unsurları ortadan kaldırmak. Kutub'un cihadı yeniden kavramlaştırdığı dönem, II. Dünya Savaşı sonrası sömürge yönetimlerinin son bulduğu ve yeni ulus devletlerin kurulduğu sürece rastlamaktadır. Bu nedenle cihad, temelde yeni kurulmuş ve batılı değerleri esas almış ulusal yönetimlere karşı bir iç siyaset aracı olarak konumlanırken, İslam dünyası dışında, somut olmayan daha genel amaçlara yönelmiştir. Bu süreçte toplumsal olarak önemli bir destek bulamamıştır. Bu durumun doğal sonucu

olarak söz konusu amaçların gerçekleştirilmesi için barışçı yollar (tebliğ) önceliklidir. Savaş durumu, tebliğin mümkün olmaması durumunda geçerlidir ve açıkça belirlenmiş sınırları vardır. Günümüzde siyasal İslam ve onun mücadele aracı olan cihad, küresel gelişmelerin sonucunda, küresel ötekini somutlaştırmış ve dış siyaset öncelik kazanmıştır. Cihad ise ciddi bir dönüşüm yaşayarak kendi sınırlarını aşmıştır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, Batı ile ilişkilerde gelenen son noktada cihadın, mikro milliyetçi İslami boyut ile ulusal savunma niteliği taşıırken makro milliyetçi boyut ile global ölçekli bir *kimlik mücadelesi* olarak şekillenmesidir. Bu durum, cihad anlayışındaki şiddetin artmasına neden olmaktadır. Peters'in belirttiği gibi günümüzde, İslamcı yazarlar cihadı daha az İslam hukuku çerçevesinde yorumlamakta ve bu konuda kendini belli bir okula bağlı görmemektedir. Bu durum, cihad kavramının bazı temel unsurlarında kaymalara neden olmuş (1996:111) özellikle içeriğindeki şiddetin yoğunluğu arttığı gibi yöneldiği kişilerde ayırimsız bir uygulamaya da neden olmuştur. Son zamanlarda, eylemi gerçekleştirenler tarafından, kişisel şehitlik ve cihadın en üst seviyesi olarak ifade edilen, içeriğinde güçlü milliyetçi duygular barındıran intihar saldırıları gelenen son noktanın bir göstergesidir.

5.2. İntihar Saldırıları ve İslamcı Terörde Milliyetçi Vurgunun Artması

İntihar saldırıları, kişisel şehitlik niteliği taşıyan yeni bir mücadele aracı olarak günümüzde yaygınlaşmaktadır. Bu eylemler, 1980'lerden itibaren Lübnan ve İsrail'de, Hamas ve Hizbullah'ın eylemleriyle başlamıştır. 1990'larda bu gruplara Kürt ve Filistinli teröristler (Lewis, 2003: 129-30) ile Çeçen kadın teröristler katılmış, daha sonra dünyanın bir çok yerinde bu tür saldırılar Müslüman teröristlere özgü bir eylem şekli olarak yaygınlaşmıştır. İntihar eylemleri, Müslüman teröristlerin uyguladığı şekilde, başkalarını öldürme amacıyla gerçekleştirilebildiği gibi, yalnız kendini öldürerek mesaj verme şeklinde de gerçekleştirilebilmektedir. İkinci eylem türüne ilk örnek, bir IRA üyesi teröristin, 1981'de Belfast'ta bir hapisanede yemek yemeği reddederek ölmesidir (Merari, 1990: 196). İlk örneklerinden de anlaşıldığı gibi, intihar saldırıları büyük ölçüde milliyetçi nitelik taşıyan hareketlerde ortaya çıkmıştır.

İslamcı grupların gerçekleştirdiği intihar saldırılarını açıklamaya çalışan çeşitli yaklaşımlar vardır. Bu eylemleri psikolojik-patolojik boyutuyla değerlendirenler, Durkheim'dan hareket etmektedir. Durkheim, çalışmalarında, intiharın nedenini savaş döneminin ümitsizliği olarak ifade etmiştir. Buna göre, intiharı gerçekleştirenler için bu eylemler, dayanılmaz psikolojik koşullarda, ümitsiz bir durumun, bireysel olarak üstesinden gelme şekli olarak görülmüştür (Hect, 2003: 38). Bu yaklaşımın Filistin'deki eylemleri açıklamada işlevsel

olduğu söylenebilir. Çünkü İsrail’de intihar eylemcilerinin çoğunluğu çok zor koşullara sahip mülteci kamplarından gelir ve buralarda, uzun yıllardır devam eden bir çatışmanın yarattığı ağır psikolojik baskı kendini yoğun bir şekilde hissettirir. Diğer taraftan Margalit, intihar eylemlerinin nedenini, güçlü bir öç alma isteği olarak açıklar. Yazara göre mülteci kamplarında İsrail düşmanlığı en üst noktadır. Bu düşmanlığın ifade edilen en önemli nedeni ise, ‘İslam topraklarının İsrail işgali altında olması’dır (Aktaran Lewis, 2003: 131). Söz konusu öç alma ve düşmanlık duygusu, teröristin intihar saldırılarında, eylemle kendi hayatına son verirken mümkün olduğunca çok sayıda insana zarar verme amacıyla somutlaşır.

İntihar saldırıları, bireysel bazda psikopatolojik olmasına karşın, özellikle İslamcı eylemler örneğinde aynı zamanda sosyal ve siyasal olarak motive edilen eylemlerdir. Söz konusu saldırılarda ölen kişilerin ailelerine maddi yardım yapılması, bu ailelerin sosyal olarak daha yüksek bir statü kazanması ve siyasal otoritelerce korunması bu durumun göstergeleridir. Gerçekleştirilen intihar eylemleri, Müslüman toplumlarda etkin olan cemaat anlayışına uyum sağlayarak altruistik bir nitelik kazanır. Böylece İslamcı intihar saldırıları, Strenski’nin (2003: 6) belirttiği gibi, Durkheim’ın “altruistik intihar” olarak adlandırdığı yani kişinin ötekiler için yaşamından vazgeçerek kendini feda etmesi durumunu yansıtmaktadır.

Strenski (2003: 2), İslam adına yapılan bu eylemlerin, geleneksel İslam’ın aksine İslam’ın modern bir sapma şekli olduğunu savunur. Çünkü İslam’da intihar yasaktır. Ancak intihar eylemcileri, eylemlerini intihar olarak düşünmez, temel amaç kendini yok etmek değil, düşmana maksimum kayıp vermektir. Böylece eylemin intihar boyutu değil, İslam adına ötekine verilen zarar boyutu vurgulanır. İntihar eylemleri, eylemciler tarafından, cihadın en üst seviyesi, inanç ve imanın en derin düzeyi olarak tanımlanır. Buna göre, intihar eylemcisi kutsal savaşçıdır (Hect, 2003: 37; Post vd., 2003: 176) ve Allah hizmeti için (İslam topraklarını kurtarmak için) kendini kurban etmektedir. Kurban, nasıl Tanrı için kesildiğinde kutsal bir nitelik kazanırsa, Allah için kendini feda etmek de kutsal bir nitelik kazanmıştır.

Ancak, bu tür İslamcı intihar eylemlerine daha yakından bakıldığında, ifade edilen dini duyguların ötesinde bu eylemlerin temelde milliyetçi bir içeriğe sahip olduğu görülür. Örneğin, Strenski (2003: 28) ve Hect’in (2003: 46) belirttiği gibi, Filistin’deki bombalar, Filistin toplumunun oluşturduğu hayal edilmiş bir ulus-devlete geçişin simgesi haline gelmiştir. Böylece, İsrail ile mücadelede temel hareket noktası, “İslam topraklarının işgal altında olması” olarak ifade edilse de, büyük ölçüde bağımsız bir Filistin hayalini vurgulamaktadır. Benzer bir durumun Çeçenistan’da gerçekleştirilen eylemler için de geçerli olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Bağımsız bir devlet

hayal eden mikro milliyetçiliğe, dini değer atfedilerek kutsal bir nitelik kazandırılmakta böylece söz konusu milliyetçiliğe hem aşkın bir değer atfedilmekte hem de meşruiyeti yoğunlaştırılmaktadır. İslami ve milliyetçi duyguları birarada barındıran böyle bir anlayışın en önemli sonuçlarından birisi, bu anlayışa dayanan eylemlerde şiddet unsurunun artmasıdır. Bu durumda, ulaşmak istenen hedef için yapılacak her şey meşru bir nitelik kazanır. Dinleri ve uluslarının çıkarı gereği mücadeleye içinde olduklarını belirten teröristlerin eylemlerinde kırmızı çizgiler ortadan kalkar, ayırimsız bir terör dikkati çeker ve bu durum eylemciler tarafından kanıksanır. Örneğin, Filistin’de yapılan bir araştırmaya göre (Post vd, 20003: 181), hiçbir terörist, eylemlerinden dolayı pişmanlık duyduklarını ifade etmemiştir. Böylece intihar eylemleriyle, İslam adına şiddet kullanımında ifade edilen sınırlar yerle bir olmuş ve bu durum açıkça milliyetçi ve İslamcı ideolojinin birleşmesinin bir sonucu olmuştur.

Aslında söz konusu mikro milliyetçi hareketlerin İslamcı hareketlere eklenmesi küresel gelişmelerin de bir sonucudur. Bunun en açık örneğini yine Filistin oluşturmaktadır. 1980’lerde, Filistin’de etkili olan dört grup arasında, İslamcı gruplar en zayıf kesimi oluştururken milliyetçi gruplar (özellikle Filistin Kurtuluş Örgütü) en güçlü grupları oluşturmaktaydı. Hamas, İslami Cihad, İslami Mukavemet örgütü gibi İslamcı grupların zamanla bu denli yükseleceğini kimse tahmin edememiştir (Hect 2003: 39-40). İslamcı hareketin küresel düzeyde yükselişi ile birlikte, İslam, ulusal kurtuluş mücadelesi veren Müslüman toplumlarda söz konusu mücadelenin temel hareketlendiricisi olmuştur. Özellikle “öteki” farklı dinden olduğunda (Filistin’de ve Çeçenistan’da olduğu gibi) ulusal kurtuluş hareketi daha çabuk İslami bir nitelik kazanmaktadır denebilir.

Diğer taraftan, belirli bir ulusa referans vermeyen, küresel ölçekte faaliyet gösteren ancak İslami nitelikli ulusal kurtuluş hareketleriyle işbirliği içinde olan İslamcı örgütler de intihar eylemlerini sıklıkla kullanmaktadır. Bu örgütlerin başında gelen El Kaide, 1998’de yayınladığı “Yahudi ve Haçlılarla Savaş Dünya İslam Cephesi” bildirisinde, kutsal mescidin bulunduğu mekanlara (Mekke, Medine, ve Kudüs) öncelik vererek işgal altında bulunan bütün İslam topraklarının kurtarılması gereğini ifade etmekteydi. Böylece Dar-ül İslam topraklarını kapsayan bir “savunma cihad”ı öngörülmektedir. Buna göre, Amerika ve müttefikleri söz konusu cihadın hedefini oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen eylemlerde sivil ayırımı yapılmamasının nedeni ise, Amerikan halkının Amerika’nın saldırgan tutumunu durdurmaması olarak ifade edilmektedir (Başyurt, 2005: 6). Böylece küresel öteki (Amerika) Müslüman coğrafyada etkili olmaya başladığında, öteki ile mücadelede yalnız İslami nitelikli ulusal bir hareketlenme dikkati çekmemekte, söz konusu mücadele, makro ölçekli bir İslami kimlik ve küresel öteki karşısında varolma çabası olarak da gerçekleşebilmektedir. Bu mücadele, ‘İslam toprakları’, ‘İslam

kimliği' kavramlarıyla ve geçmişteki 'güçlü İslam İmparatorluğu'na referans verilerek makro İslami milliyetçi bir nitelik kazanmakta ve küresel düzeyde hareketlilik göstermektedir.

Sonuç olarak intihar eylemleri psikopatolojik, sosyal, siyasal ve teolojik birçok boyutu ile açıklanabilir. Ancak bu eylemlerde dikkati çeken en önemli nokta, dini ve milliyetçi unsurların birarada bulunduğu bir anlayışın hakim olmasıdır. Bu anlayış, Filistin, Çeçenistan vb. örneklerde olduğu gibi mikro boyutlu, İslami nitelik kazanmış ulusal kurtuluş hareketleri olarak gerçekleşebileceği gibi, El-Kaide gibi makro boyutlu, küresel kurtuluş hareketleri olarak da karşımıza çıkabilmektedir.

SONUÇ

Günümüzde uluslararası siyasetin şiddet yoluyla gerçekleştirilmesi devam etmekte ve bu süreçte savaşların yerini büyük ölçüde terör almaktadır. Terör hem devletlerin hem de irili ufaklı örgütlerin başvurduğu bir siyasal araç olarak tüm dünyada etkinliğini arttırmaktadır. Küresel siyasal süreci Amerika'nın yönlendirdiği günümüzde, terörizm de önemli ölçüde Amerika ve onun küresel faaliyetleri ile bağlantılı olarak artış göstermektedir. Aslında bu süreç çok yeni değildir. Amerika, 1980'lerde 4 orta Amerika ülkesinde savaşa girmiş ve 200 bin kişinin ölmüne neden olmuştur (Chomsky, 2002: 67). Nikaragua'nın başvurusu üzerine, Dünya Mahkemesi 1986'da Amerika'yı "kanunsuz güç kullanmak" tan yani uluslararası terörizmden suçlu bulmuş böylece Amerika, söz konusu mahkemenin uluslararası terörden suçlu bulunduğu tek ülke olmuştur (2002: 21-22, 30).

1990'lardan itibaren, Amerika Müslüman coğrafyada fiili etkinlik kazanmış ancak ummadığı bir tepki ile karşılaşmıştır. Öncelikle, Müslüman coğrafyada temel muhalefet, her zaman olduğu gibi İslam'la gelmiş, siyasal İslam ise bu mücadelenin ana motorunu oluşturmuştur. Diğer taraftan, Batı ve İslam arasında küresel düzeyde yaşananlar, bir otorite ya da iktidar savaşının ötesinde, Müslümanlar tarafından temelde kimliğini koruma ve varolma mücadelesi olarak algılanmaktadır. Müslümanların, Batı karşısında küresel boyutta yaşadığı saldırıya maruz kalma, dışlanmışlık, ekonomik geri kalmışlık, yoksulluk ve bunların yarattığı onur kırıklığı söz konusu kimlik ve varolma mücadelesinin hareketlendirici unsurları olmuştur. 'İslam' sembolik kimliği ile aşağılandığı ve onur kırıklığı yaşadığını düşünen Müslüman kitleler, İslami milliyetçi bir anlayış sergilemiştir. Çünkü milliyetçilik öteki karşısında insana gurur, köklülük, değer ve güçlü bir kimlik kazandırır. Böylece Amerika önderliğinde Batı'nın Müslüman coğrafyadaki fiili etkinliği karşısında, Müslümanların tepkisi İslamcı ideolojiyi de aşmış ve onun ötesine geçmiştir.

Batı karşısında bir taraftan Irak, Çeçenistan ve Filistin gibi ülkelerde olduğu gibi İslami nitelikteki ulusal kurtuluş hareketleri mikro İslami milliyetçilik şeklinde belirirken, diğer taraftan genel bir İslam kimliği temelinde küresel düzeyde bir makro İslami milliyetçi hareketlenme dikkati çekmiştir. Her iki durumun da en önemli sonuçlarından birisi ötekine karşı şiddet ve terör kullanımının hem ulusal hem de küresel düzeyde artmış olmasıdır.

Üçüncü Dünya’da, geçen yüzyıl yoğun bir şekilde ortaya çıkan etnik milliyetçilik, günümüzde Müslüman toplumlarda büyük ölçüde İslami milliyetçilik şeklini almıştır. Avrupa’da anavatana bağlılık şeklinde beliren ortak kimlik, Müslümanlar arasında dine bağlılık olarak ortaya çıkmaktadır. Müslüman toplumlar, milliyetçiliği Batı’dan almış ancak ona kendi rengini vermiştir. Müslüman toplumlarda önemli bir muhalefet unsuru olan İslamcı anlayış aslında ortaya çıkmasından itibaren, teoride milliyetçiliğe karşı olmasına rağmen *de facto* olarak büyük ölçüde hem mikro hem de makro milliyetçi unsurlar taşımıştır. Ancak başlangıçta mikro milliyetçilik, kendini içsel ötekinden farklılaştırma (Örneğin Şiiilerin Sünnilerden farklılaşması gibi) anlamı taşıırken, makro boyut Batı’ya karşı değer anlamında daha soyut bir mücadeleyi içermiştir. Günümüzde Batı’nın fiili olarak Müslüman coğrafyasında bulunması ile hem mikro hem de makro milliyetçi boyut somutlaşmış ve Batı’ya yönelmiştir. Bu süreçte hem İslamcı anlayışın milliyetçiliğe eklenmesi hem de ulusal milliyetçi hareketlerin İslamcı anlayışa eklenmesi durumu ile karşılaşmıştır. Günümüzün gelişmiş kitle iletişimi araçları ise (yazılı ve sözlü iletişim araçları, internet bağlantıları vb.) söz konusu İslami milliyetçi duyguları hem yaygınlaştırmış hem de yoğunlaştırmıştır. Çünkü Müslüman coğrafyada yaşanan tüm olumsuz gelişmeler (İsrail-Filistin, Bosna, Çeçenistan, Irak, Afganistan, İran vb.) etkin bir şekilde takip edilebilmektedir. İslamcı anlayışta milliyetçiliğin renginin yoğunlaşmasının en önemli sonuçlarından birisi, ötekine karşı kullanılan şiddet ya da terörün artması olmuştur.

Diğer taraftan, terörizm genellikle köklü küresel değişim dönemlerinde etkinliğini arttırmıştır. Söz konusu kırılma dönemlerinde terör, siyasal, sosyal ve ekonomik değişim sağlama ya da bunu engelleme amacıyla artış gösterir. Böyle bir süreçte terör, karşılıklı mücadelede kullanılan bir araç olarak ortaya çıkar. Küreselleşmenin sonuçlarının tüm dünyada yoğun bir şekilde hissedildiği ve özellikle Müslümanların bu sonuçlardan doğrudan etkilendiği günümüzde de köklü değişimler ve buna tepkiler terör yoluyla gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Küreselleşme karşısında mikro tepkiler milliyetçi, dini, etnik, kültürel vb. olabilmektedir. Müslüman toplumlarda söz konusu tepki din ve milliyetçiliğin birleşmesiyle oldukça güçlü bir şekilde ortaya çıkmakta ve bu ikili yapı küresel güç ile mücadelede kendini etkin bir şekilde hissettirmektedir. Öteki ile mücadelenin gayrimeşru aracı olan terörde, söz konusu dini-milliyetçi

yapının etkinlik kazanmasıyla siyasal şiddet küresel düzeyde artmıştır. Bu yapının bir nedeni de, bir ideoloji olarak milliyetçiliğin kendisinden kaynaklanmaktadır. Güçlü bir ideoloji olan milliyetçilik her çağa ve coğrafyaya uyum sağlayarak varlığını sürdürmektedir. Batı’da ilk ortaya çıktığında vatandaşlık bağıını ifade eden milliyetçilik, 20. Yüzyıl’da etnik nitelik kazanırken, 21. Yüzyıl’da küresel düzeyde yükselen dine eklenerek varlığını sürdürmektedir. Milliyetçilik geçen yüzyılda etnik nitelikli teröre zemin hazırlarken günümüzde dini nitelikli teröre zemin hazırlıyor gibi görünmektedir.

NOTLAR

¹ Her iki kavram da, son zamanlarda, özellikle batı literatüründe yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak diğer monoteist dinlerde olduğu gibi İslam’da da, her türlü değer yargısından arınmış bir terör anlayışı meşru görülmemektedir. İslam adına terör, İslam’ı bir ideoloji olarak kurgulayan İslamcılar arasında radikal grupların kullandığı bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, söz konusu bağlamda, “İslami terör” yerine “İslamcı terör” kavramlaştırmasını kullanmanın daha uygun olacağı düşünülmektedir.

² Bu kavramlar hakkında daha geniş bilgi için bkz., Israeli, Raphael (2003), Gaffney, J. Frank (2005), Strenski, Ivan (2003).

³ Bid’at, ehli Sünnetten ayrılmış olan sapkınları ifade eder.

⁴ Mısır’da İslamcılık akımının önemli isimlerinden olan Seyyid Kutub, 29 Ağustos 1966’da devlete karşı darbe girişimi gerekçesiyle idam edilmiştir.

⁵ Radikal İslamcı hareketin kurucusu olarak ifade edilen Seyyid Kutub, Batı’ya şüphe ile bakarken Batı’nın içsel ötekisi olan Sovyetler Birliğine ve onun ideolojisine karşı önceleri sempati ile bakmış eski bir solcudur.

⁶ Bu ifade ile yazar, Müslüman olmayan ülkelerde, önemli bir Müslüman azınlığın yaşaması durumunu ifade etmektedir.

⁷ Bir çok Müslüman toplumda, İslam’ın halk düzeyinde yaygın şekli olan tarikatlar ya da tasavvuf anlayışına İslamcılık içinde yer verilmez. İslamcılık bu anlayışı İbn Teymiyye’den almıştır.

⁸ Bush, P. Robertson, J. Falwell gibi TV. vaazcılarıyla bir araya gelmiş; içki bağımlısıyken yaşadığı ruhsal dönüşümü seçim propagandasında sıklıkla kullanmış; seçildikten sonra da her kabine toplantısını dua ile başlatmıştır (Karlsson 2005:52-3).

⁹ “Medeniyetler Çatışması” kavramı 1990’ların başından itibaren akademik ve siyasal tartışmalarda dünya gündeminde önemli bir yer işgal etmektedir. Söz konusu kavramlaştırma, ilk olarak B. Lewis’in “The Roots of Muslim Rage” (The Atlantic Monthly, September 1990) adlı makalesinde ifade edilmiş, ancak S. Huntington’un “The Clash of Civilizations” (Foreign Affairs 72/3 Summer, 1993) makalesi ile tüm dünyada popülerlik kazanmıştır. Bu yayınlardan sonra, Avrupa ve ABD’nin Ortadoğu politikalarının söz konusu makalelerdeki görüşler doğrultusunda gelişmesi, tartışmaların artarak devam etmesine neden olmuştur. Günümüzde, hem teoride hem de pratik global siyasal konjonktürde, ‘Batı ve İslam arasında bir karşı karşıya gelme sürecinin’ yaşandığı kanıksanmış görünmektedir. Söz konusu karşılaşma düşüncesi ve bu

karşılaşmanın çıkarlar mı yoksa değerler arasında mı olduğu sorusu hala yoğun bir tartışma konusudur.

¹⁰ Mevdudi'ye göre, Ehl-i Kitabın sapkınlığı iki nedene dayanır: 1-Din adamları peygamber, veli ve melek gibi mukaddes varlıklara ilahlık mertebesine yüceltmişlerdir. 2-Bu kişiler kutsal kitapları değiştirip kendi nefislerine göre hareket etmişler ve üstün varlıklar makamına oturmuşlardır (Mevdudi, 1998: 71).

¹¹ Siyasal İslam batının temsil ettiği değerleri eleştiriyor görünse de zamanla bu değerlerden etkilenmiş ve İslam'da bu değerlerin karşılıkları bulunmaya çalışılmıştır. Örneğin İslam'daki şura anlayışı demokrasi ile bağdaştırılırken batı biliminin İslam'dan beslendiği savunulmuştur.

¹² Söz konusu Hıristiyan nüfusun 3.5 milyonu Katolik, 15 milyonu Protestan'dır. Ülkenin toplam nüfusu ise 45 milyondur. (Karlsson 2005: 266).

¹³ Karlsson, karşılıklı gerekli hoşgörü olmazsa, medeniyetler savaşı değil bu coğrafyalarda gettolaştırılmış büyük şehir banliyölerinde sürekli devam eden bir gerilla savaşı olacağını savunur (2005: 11-12). Batı söz konusu duruma çözüm bulmak için, "Euro-İslam" (Karlsson 2005: 249) ya da "Amerikan İslamı" şeklindeki yeni oluşumları desteklemektedir.

¹⁴ Bu kavram, söz konusu küresel gelişmeler nedeniyle Müslümanların, Müslüman bir topluluk olarak varlıklarının devamından emin olamaması anlamında kullanılmıştır.

¹⁵ Din temelli terörün Türkiye'deki örneği için bkz. Çağlar, A. (2006), Çağlar, A. (2001).

¹⁶ Aslında farklı dinden olan halklarla işbirliğinden kaçınmaya yönelik uyarılar diğer inançlarda da vardır. Örneğin, Yahudilerin Ezra ve Nehemya Kitapları bu durumun yarattığı tehlikelerden bahsetmektedir (Karlsson, 2005: 152).

¹⁷ Kutub bu anlayışı büyük ölçüde İbn Teymiyye'den alır. İbn Teymiyye'ye göre, İslam'ı uygulayış tarzları ve amelleri yeterince saf olmaması durumunda, cihad Müslümanlara karşı da uygulanabilir (Karpat, 2005: 40). Böylece İbn Teymiyye, din ile kültür arasında kesin bir ayırım yaparak, yaşadığı dönemde Moğolları gerçek Müslüman olarak kabul etmemiş ve onlara karşı cihadi meşru görmüştür (Esposito 2002: 65-6).

¹⁸ Kutub'a göre, Dar'ül İslam, İslam yurdu demektir. Yani İslam nizamının ve İslam şeriatının hükmü altında olan toprak parçasıdır. İslam şeriatının hükmü altında olmayan toprak parçası ise içinde yaşayanların durumu ne olursa olsun Dar'ül-Harb yani Savaş Yurdu'dur (Kutub 1998: 102).

KAYNAKÇA

Altuntaş, N. (2005) "Siyasal İslam'da Küreselleşme ve Milliyetçilik Bağlamında Makro ve Mikro Yansımalar", **Türkiye Günlüğü**, 83, (Kış), 98-118.

Arent, H. (1996) "Şiddet Üzerine", **COGİTO**, (Çev. B. Peker), Kış-Bahar, 7-21.

Başyurt, E. (2005) "El Kaide Sivilleri Neden Öldürüyor?", **Aksiyon**, 554.

Berkes, N. (1969) **Arap Dünyasında İslamiyet, Milliyetçilik, Sosyalizm**, İstanbul: Köprü Yayınları.

- Crenshaw, M. (1990) "The Logic of Terrorism: Terrorist Behavior as a Product of Strategic Choice", W. Reich (ed.), **Origins of Terrorism**, New York: Cambridge University Press.
- Chomsky, N. (2002) **11 Eylül**, (Çev. D. Körpe), İstanbul: Om Yayınları.
- Combs, C. C. (1997) **Terrorism in the Twenty-First Century**, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Çağlar, A. (2006) "Religion Based Terrorism in Turkey", in **Anti-Terrorist Strategies: Comparing the Experiences of the U.S., Great Britain, France, Turkey, and Russia**, Robert W. Ortung and Andrey Makarychev, (ed.), Washington: NATO.
- Çağlar, A. (2001) "Türk Ulusal Basınında Hizbullah: Bir İçerik Analizi", **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**, 1, 35-76.
- Ellingsen, T. (2005) "Toward a Revival of Religion and Religious Clashes", **Terrorism and Political Violence**, 17, 305-332.
- Erten Y. ve C. Ardalı (1996) "Saldırganlık, Şiddet ve Terörün Psikososyal Yapıları", **COĞİTO**, (Kış-Bahar), 143-164.
- Esposito, J. L. (2002) **Kutsal Olmayan Savaş**, (Çev. N. Yılmaz ve E. Yılmaz), İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Fuller, G. G. (2004) **Siyasal İslam'ın Geleceği**, (Çev. M. Acar), İstanbul: Timaş Yayınları.
- Gaffney, J. F. (2005) "'No' To Islamist Turkey", **Washington Times**, September 28.
- Hardt, M. and A. Negri (2004) **Çokluk**, (Çev. B. Yıldırım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hect, R. D. (2003) "Deadly History, Deadly Actions and Deadly Bodies: A Response to Ivan Strenski's 'Sacrifice, Gift and the Logic of Muslim Human Bombers'", **Terrorism and Political Violence**, 15(3), Autumn, 35-37.
- Hunter, S. T. (1995) "The Rise of Islamist Movements and the Western Response: Clash of Civilizations or Clash of Interest?", **The Islamist Dilemma**, Laura Guazzone (ed.), International Politics of the Middle East Series, New York: Ithaca Press.
- Huntington, S. (1993) "The Clash of Civilizations", **Foreign Affairs**, 72/3.
- Israeli, R. (2003) **İslamikaze: Manifestations of Islamic Martyrology**, London: Frank Cass.

- Kara, İ. (2004) “İslamcı Söylemin Kaynakları ve Geçerlilik Değeri”, **Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce –İslamcılık-** Cilt: 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 34-47.
- Karlsson, I. (2005) **Din, Terör ve Hoşgörü**, (Çev. T. Kayaoğlu), İstanbul: Homer Yayıncılık.
- Karpat, K. H. (2001) **Ortadoğu’da Osmanlı Mirası ve Ulusçuluk**, (Çev. R. Boztemur), Ankara: İmge Yayınları.
- Karpat, K. H. (2005) **İslam’ın Siyasallaşması**, (2. Baskı), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kellen, K. (1990) “Ideology and Rebellion: Terrorism in West Germany”, **Origins of Terrorism**, Walter Reich (ed.), New York: Cambridge University Press.
- Kutup, S. (1998) **Din Budur**, (Çev. H. Fehmi Ulus), İstanbul: Arslan Yayınları.
- Kutup, S. (2003) **Yoldaki İşaretler**, (Çev. A. Keskinsoy), İstanbul: Pınar Yayınları.
- Kutup, S. (2004) **Cihad**, (Çev. Y. Durgun), İstanbul: Dünya Yayıncılık.
- Kuyaş, A., H. Bertay ve Z. Toprak (1996) “Tarihçi Gözüyle ‘Şiddetin Tarihi’ Üzerine Bir Söyleşi”, **COGİTO**, (Kış-Bahar), 197-206.
- Lagueuer, W. (1980) **Terrorism**, London: Sphere Boks Ltd.
- Lewis, B. (2003) **İslam’ın Krizi**, (Çev. A. Yılmaz), İstanbul: Literatür Yayınları.
- Lewis, B. (2002) **What Went Wrong? Western Impact and Middle Eastern Response**, New York: Oxford University Press.
- Lewis, B. (1990), “The Roots of Muslim Rage”, **The Atlantic Monthly**, September.
- Merari, A. (1990) “The Readiness to Kill and Die: Suicidal Terroism in the Middle East”, **Origins of Terrorism**, W. Reich (ed.), New York: Cambridge University Press.
- Martin, R. C. (2003) “Ivan Strenski’s Analysis of Human Bombers: A Response”, **Terrorism and Political Violence**, 15(3), Autumn, 48-56.
- Mevdudi, E. A. (2005) **Kur-an’a Göre Dört Terim**, (Çev. O. Cilacı ve İ. Kaya) İstanbul: Beyan Yayınları.
- Mevdudi, E. A. (1998) **Gençler İçin Temel İslami Bilgiler**, (Çev. A. Asrar), İstanbul: Hilal Yayınları.

- Mevdudi, E. A. (1959) **İslam İnkılabı**, (Çev. İ. Ağar), İstanbul: Hilal Yayınları.
- O'Sullivan, N. (1986) **Terrorism, Ideology & Revolution**, Sussex: Whatsheaf Boks Lt.
- Peters, R. (1996) **Jihad in Classical and Modern Islam**, Princeton: Markus Wierer Publishers.
- Post, J. M., E. Sprinzak and L. M. Denny (2003) "The Terrorist in Their Own Words: Interviews with 35 Incarcerated Middle Eastern Terrorist", **Terrorism and Political Violence**, 15(1), Spring, 171-184.
- Radikal Gazetesi, "En Zenginlerden Buraya Kadar", 9.7.2005, s.8.
- Radikal Gazetesi, "G8 Faturayı İran, Suriye ve Hizbullah'a Kesti", 17.07.2006, s.7.
- Rapoport, D. C. (1990a) "Religion and Terror: Thugs, Assassins and Zealots", **International Terrorism, Characteristics, Causes, Controls**, W. Kegleg Jr. (ed.), New York: St. Martin's Press Inc., 146-157.
- Rapoport, D. C. (1990b) "Sacred Terror: A Contemporary Example from Islam", **Origin of Terrorism**, W. Reich (ed.) New York: Cambridge University Press, 103-130.
- Roy, O. (1995) **Siyasal İslam'ın İflası**, (2. basım), (Çev. C. Akalın), İstanbul: Metis Yayınları.
- Roy, O. (2003), **Küreselleşen İslam**, (Çev. H. Bayrı), İstanbul: Metis Yayınları.
- Sayyid, S. (2004) "İslamcılık ve Postkolonyal Durum", **Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce-İslamcılık**, Cilt: 6, İstanbul: İletişim Yayınları, 936-947.
- Scognamillo, G. (1996) "Şiddet, Toplum, Birey ve Kan", **COGITO**, (Kış-Bahar), 357-361.
- Strenski I. (2003) "Sacrifice, Gift and the Social Logic of Muslim 'Human Bombers'", **Terrorism and Political Violence**, 15(3), Autumn, 1-34.
- Turan, Ö. (2002) **İslami Hareketler**, İstanbul: Sep Ajans.

KAMU HİZMETLERİNDE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ UYGULAMALARI: FIRSAT VE TEHDİTLER*

Mehmet Devrim AYDIN**

Öz

20. yüzyılın son çeyreğinde yaşanan bilimsel gelişmeler, iş dünyasında ve devlet yönetiminde mevcut yapı ve sistemleri önemli ölçüde etkileyerek “yeni ve farklı bir dünyanın” habercisi olmuştur. Bu değişim çerçevesinde devletler tarafından kullanılan Bilgi Teknolojileri (BT) uygulamalarının kamu hizmetlerine pek çok açıdan önemli katkılarda bulunduğu gözlenmektedir. Ancak son yıllarda devlet birimlerinin yararlandığı BT uygulamaları arasında yer alan “Kitle İzleme Teknolojilerinin”, bireysel hak ve özgürlükler üzerinde önemli bir tehdit oluşturduğu gözlenmektedir. İzleme teknolojilerinin kötüye kullanımına ait çok sayıdaki olumsuz örnek, çağdaş dünyada gelişip yaygınlaşan BT uygulamalarının bir “Gözetim Toplumu” yaratılmasına neden olabileceği yönündeki kaygıları güçlendirmektedir. Bu çalışmada, söz konusu kaygılardan yola çıkılarak, BT uygulamalarının bireysel özgürlüklere ve toplumsal hayata olumlu ve olumsuz yansımalarının, kapsamlı bir muhasebesi yapılmıştır. Çalışma bulguları, 21. yüzyılda “bireyin mahremiyetinin korunmasının” ve BT uygulamaları yoluyla “bireysel özgürlüklerin geliştirilmesinin” mümkün olduğunu, ancak bu idealin gerçekleştirilebilmesinin üç temel koşula bağlanabileceğini göstermiştir; değişen şartlara göre sürekli olarak güncellenen ve güçlü yaptırımları olan bir hukuksal çerçeve; demokratik, açık ve çoğulcu bir toplum yapısı ve bu ideale adanmış bir kamu yönetimi.

Anahtar Sözcükler: Bilgi teknolojileri, kamu hizmetleri, kitle izleme teknolojileri, mahremiyet, gözetim toplumu.

Abstract

Information Technology in Public Services: Opportunities and Threats

Scientific advancements at the last quarter of 20th century brought “a new and different world” by affecting the existing structures and systems in both business and government. In this framework, Information Technologies (IT) used by states have contributed a lot to public services in many respects. While

* Bu çalışma TÜBİTAK desteği ile gerçekleştirilmiştir.

**Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Beytepe/Ankara, mdaydin@hacettepe.edu.tr

this encouraging IT transformation is gaining an impetus, “Mass Surveillance Technologies” (MST) used by state agencies pose an important threat on civil rights and liberties. Some examples of corruption in MST usage are strengthening the suspects and worries about the emergence of a Surveillance Society. This study tries to make a comprehensive analysis of pros and cons of IT usage in public services with regard to civil liberties and social structure. In conclusion, the study shows that “protection of privacy” and “advancement of civil liberties” in the 21st century are possible, but the realization of this ideal rests on three conditions; a continuously updated legal structure with strong sanctions; a democratic, open and pluralistic society and a public administration highly committed to this ideal.

Keywords: Information technology, public services, mass surveillance technologies, privacy, surveillance society.

GİRİŞ

21. yüzyılda, dünya çapında rekabet üstünlüğünün en önemli anahtarlarından biri, bilgi teknolojilerine (BT) hâkimiyet, teknolojiyi üretebilme ve kullanabilme gücüdür. BT, en değerli kaynaklar olarak nitelenen petrol ve altının yerini almaya başlamakta, pek çok ülkenin kalkınma stratejilerini büyük ölçüde BT platformu üzerinde inşa etmeye başladığı görülmektedir. BT kullanımının yaygınlaşması, iş dünyasının yanı sıra devlet vatandaş ilişkilerine de yansımakta, kamu hizmetlerinde BT kullanımı giderek yaygınlaşmakta ve bu yeni hizmet anlayışında, “kağıt dolaştırılması” esasına dayalı geleneksel bürokrasi, yerini elektronik ortamda web siteleri üzerinden sunulan ve bilgisayar ve cep telefonları vasıtasıyla ulaşılabilen e-Devlet uygulamaları ile farklı bir hizmet biçimine ve modern bir bürokrasi anlayışına terk etmektedir (Leblebici vd., 2003a). BT uygulamaları ile dünyada ve Türkiye’de, bir yandan örgüt yapıları değişip kaynak kullanımında kalite, hız ve verimlilik sıçraması yaşanırken, diğer yandan da bütünüyle farklı, yeni bir toplumsal düzenin oluşumuna tanıklık edilmektedir (Bensghir, 1996; Öktem, 2004; Aydın, 2005; Öktem ve Aydın, 2005).

Bununla birlikte, yukarıda sıralanan olumlu gelişmelere karşın teknolojinin zihinlerde soru işaretleri yaratan boyutları da bulunmaktadır. Son yıllarda insan hakları savunucuları, bazı teknolojik uygulamaların hem insan hakları hem de bireyin mahremiyeti¹ açısından büyük bir tehdit oluşturduğunu iddia etmekte (Steinhardt, 2003); Orwell’in (1984) “Büyük Birader” veya Foucault’nun (1979) “Panoptikon Toplum” tanımlamalarına atıfta bulunarak günümüz toplumunun tehlikeli bir şekilde, insanların her anının izlendiği bir “Gözetim Toplumuna” (surveillance society) dönüşmekte olduğunu

belirtmektedirler (ACLU, 2006a; Blanchette ve Johnson 1998: 1; Whitaker 2000: 139). Örneğin emniyet ve istihbarat birimlerinin suçlularla, ulusal ve uluslararası terörizmle etkili bir mücadele yürütebilmesi amacıyla geliştirilen teknolojik sistemler bu açıdan önemli tartışmalar yaratmaktadır (tartışmaların Türkiye boyutunda polis bilgi sistemleri açısından bir değerlendirme için bkz. Leblebici vd., 2003b). Çalışmanın ikinci bölümünde, “BT ve Yeni Tehditler” başlığı altında ayrıntılarıyla incelenecek olan söz konusu sistemler aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır:

1. Sabit Hatlı Telefonların, Cep Telefonlarının Dinlenmesi ve İnternet Trafiğinin İzlenmesi,
2. Güvenlik Kameralarıyla İzleme,
3. Parmak İzi ve DNA Veri Tabanları,
4. İnternet Üzerinde Sansür,
5. Devlet Birimlerinin, Arama Motorları, Sohbet Siteleri ve e-posta Servis Sağlayıcılarından Bireylere Ait Özel Bilgileri Talep Hakkı,
6. Terör Şüphelileri ve Yardımcılarını İçeren Elektronik Veri Tabanları.

Bu ve benzeri uygulamaların, amaç dışı kullanım halinde oluşturabilecekleri risklerin büyüklüğü göz önüne alındığında, bireysel özgürlüklerin ve özel yaşamın dokunulmazlığının zarar görebileceği yeni ve baskıcı bir dünya sistemi ile karşı karşıya olunduğunu savunan çevrelerin kaygılarının nedenlerini anlamak hiç de güç olmayacaktır. DNA veri tabanlarının oluşturduğu etik sorunlar üzerinde araştırmalar yapan Harvard Üniversitesi profesörlerinden David Lazer’in bir sorusu bu anlamda oldukça etkileyicidir (New Scientist, 2005): “Başkan Edgar Hoover’ın ellerinin herkesin DNA bilgilerinin üzerinde olmasını kim isterdi?” Lazer’in ortaya koyduğu bu soru, demokratik ülkelerde dahi devletlerin elindeki bu güçlü silahların, hırslı ve kanunlar konusunda pek de hassas olmayan politikacılar tarafından kötüye kullanılma riskinin mevcudiyeti konusunda bir uyarı olarak da görülebilir.

İnsan hakları savunucuları, 11 Eylül 2001’de gerçekleşen terör eylemi sonrasında güvenlik güçlerinin izleme teknolojileri konusundaki gücünü oldukça artıran Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD), politikacıların terörle mücadele ederken farkında olmadan bir “gözetim toplumu” (surveillance society) yaratma riskinin yüksekliği üzerine uyarıda bulunmaktadırlar. Örneğin, New York Sivil Özgürlükler Derneği Başkanı (New York Civil Liberties Union) Lieberman, kamuoyuna yaptığı bir açıklamada parmak izi ve DNA veritabanları ile ilgili olarak “yaşamayı istediğimiz özgür toplumun bu olduğunu düşünmüyorum” sözleriyle bu alandaki kaygılarını dile getirmektedir (Kluger, 2006). Yine Amerikan Sivil Özgürlükler Derneği (American Civil

Liberties Union/ACLU) Başkanı Steinhardt (2003) ise, ABD Temsilciler Meclisi'nde Yönetmelik Reform Komitesi karşısında sunduğu konuşmada Amerikan toplumunun bir gözetim toplumu olma yolunda hızla ilerlediğini belirtmektedir. Gerçekten de yaşanan pek çok örnek, Lieberman ve Steinhardt gibi insan hakları savunucularının BT'nin amaç dışı kullanımını konusundaki kaygılarını desteklemektedir. Üstelik ABD'nin yakın geçmişte Watergate gibi büyük bir skandal yaşamış olması da uyarıların ciddiye alınması gerektiğini göstermektedir. ABD'de 1972 yılında, Demokrat parti seçim merkezinin ve telefonlarının Cumhuriyetçiler tarafından yerleştirilen teknolojik araçlarla dinlendiğinin ortaya çıkarılması ile patlayan ve yakın tarihin en çarpıcı siyasi skandalları arasında yerini alan Watergate, BT'nin kötüye kullanımının çarpıcı örneklerinden biri olarak görülebilir (Fox, 2005). Türkiye'de de, izinsiz telefon dinleme olgusunu tanımlamak için kullanılan "Telekulak" kavramı sık sık gündeme gelmekte, hâkim kararı olmadan gerçekleştirilen keyfi uygulamalar, sık sık haber ve eleştiri konusu olmaktadır (Akşam, 2005; Zaman, 2005).

Bugün giderek gelişen "Kitle İzleme Teknolojileri"nin (Mass Surveillance Technology) sunduğu yeni imkânlar da göz önüne alındığında, BT'nin amaç dışı kullanımı konusundaki kaygıların hiç de haksız olmadığı yönündeki kanaatler güçlenmektedir. Buna ek olarak, insan hakları savunucuları, günümüz insanının şiddet ve terör faaliyetlerine karşı can güvenliğinin sağlanabilmesi için özgürlüklerinden vazgeçmek zorunda bırakıldığını savunmaktadırlar. Bir diğer deyişle halk kitleleri ister istemez bir "güvenlik-mahremiyet" paradoksuna sürüklenmektedir (Stanley ve Steinhardt, 2003). Özellikle terör olayları sonrasında ABD'de (11 Eylül 2001 saldırıları) ve İngiltere'de (Londra'daki 7 Temmuz 2005 metro ve otobüs saldırıları ve 9 Ağustos 2006'da uçaklara yönelik saldırı girişimi) alınan önlemlerin aşırılığı, bir tür "terör paranoyası" yaratılarak kişisel özgürlüklerin askıya alınabileceği düşüncelerinin doğmasına yol açmaktadır. Örneğin Knox (2006), Londra'da 9 Ağustos 2006 uçak saldırısının önlenmesinden sonra Bush yönetiminin bu olayı, Irak'taki başarısızlığı gizlemek ve seçimlerde oy kaybını engellemek için halkın dikkatini tekrar terörizmle olan geniş ölçekli global savaşa yönlendirmek amacıyla kullandığı yorumunu yapmaktadır.

Bu çalışma, yukarıda sunulan çarpıcı tartışmaların oluşturduğu oldukça karmaşık bir çerçevede, BT uygulamalarının bireysel özgürlükler ve toplumsal hayata olumlu ve olumsuz yansımalarının kapsamlı bir muhasebesini yapmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın birinci bölümü, BT'nin kamu hizmetlerinde yarattığı olumlu dönüşüme ve yeni fırsatlara odaklanmaktadır. İkinci bölümde BT'nin bireysel özgürlükler üzerinde oluşturduğu tehditler incelenmekte, sonuç kısmında ise genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

1. BT VE YENİ FIRSATLAR

BT alanında yaşanan göz kamaştırıcı teknolojik ve bilimsel ilerleme, değişimin hızının artık kestirilemediği, yeni bir toplumsal yapı ve yeni bir uygarlığın kapılarını açmıştır (Drucker, 1994; Drucker, 2000: 111; Toffler, 1989: 99, 171-172; Toffler ve Toffler, 1996: 14; Toffler ve Toffler, 1997: vi-ix). Yaşanılan değişim ve gelişmeler, kamu yönetimi ve kamu hizmetlerinde de kendini göstermektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde geleneksel devlet modelinden, hizmetlerin büyük ölçüde elektronik ortam üzerinden yürütüldüğü elektronik devlet modeline (e-Government) yönelen bir dönüşümün 1990'lı yıllarda giderek hızlanmaya başladığı görülmektedir. Örneğin ABD'de 1993 yılında başlatılan kamu yönetiminin yeniden yapılandırılması çalışmalarında (National Performance Review) BT, önemli bir araç olarak nitelenmiştir (Brown, 1998: 335). ABD'de ortaya konulan çok sayıda e-Devlet projesi, BT alanında yapılacak bir atılımın geleceğin yüksek rekabete dayanan, dinamik uluslararası ticaret ortamında ABD'nin liderliğini perçinleyeceği düşüncesine dayanmaktadır. Diğer taraftan BT dalgasının önünde yer almayı amaçlayan AB ülkeleri de önemli bir atılım yaparak 23 Mart 2000'de Lizbon'da eAvrupa (eEurope) Projesini başlatmışlardır (eEurope Project, 2000). eAvrupa Projesi, İnternet kullanımının yaygınlaştırılması ve bilgi toplumunun temel yapı taşlarının oluşturulması yoluyla, AB'nin dünyadaki en rekabetçi ve dinamik ekonomi haline getirilmesi gibi iddialı bir vizyona sahiptir (eEurope Project, 2000; eEurope 2002 Project, 2000; eEurope 2005 Project, 2002; Akdeniz, 2003; Aydın, 2005).

Kamu hizmetlerinde BT'nin kullanımıyla, hizmetlerin sunumunda sürat, kalite ve verimlilik alanlarında büyük bir dönüşüm yaşandığı görülmektedir (Lehr, 1998). İnternet teknolojisi, bu dönüşümün temel ateşleyicilerinden biri olarak görülebilir. İnternet, kitlesel yaygınlaşma hızı açısından da daha önceki buluşlardan ayrı bir yere sahiptir. ABD'de yürütülen bir çalışmada (Mann vd., 2000: 13) önemli teknolojik buluşların, 50 milyon kişiden oluşan bir kitleye yayılma hızları kıyaslanmış ve şaşırtıcı bir sonuç elde edilmiştir: Buna göre telefon 74 yıl, radyo 38 yıl, bilgisayar 16 yıl, televizyon 13 yılda bu ölçekte bir kitle içinde kullanıma girmişken, bu sürenin İnternet için 4 yıl olduğu görülmüştür. Bu durum teknolojik gelişmelerin toplumu etkileme hızının son yıllarda tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar süratli olduğunu ve teknolojinin toplumsal dönüşümlere, iş hayatına ve hatta devlet yönetimine etkisinin de bilim çevrelerinin beklediğinden hızlı olabileceğini göstermektedir. Gerçekten de bugün gelişmiş ülkelerde vatandaşlar, İnternet yoluyla kamu hizmetlerinden elektronik ortamda haftada 7 gün ve 24 saat, kesintisiz bir şekilde yararlanabilmektedir. Geleneksel devlet modelindeki, kamu kurumları

önünde bekleme, işlem kuyruklarında zaman yitirme ve bürokratik işlemlerde kırtasiyecilik vb. pek çok sorun, 1990'lı yılların ortalarından itibaren büyük bir hızla azalmakta, kamu kesiminde büro ortamında İnternet ve bilgisayar kullanımı vazgeçilmez hale gelmektedir (UNDPEPA-ASPA, 2001: 1).

Öte yandan İnternet, sağladığı özgürlükler ve bilgiye coğrafi sınırları aşan bir erişim imkânı sunmasıyla, bir “dijital bilgi ve özgürlük çağını” da başlatmış gözükmektedir. BT alanındaki ilerleme o denli hızlı ve o denli kapsamlıdır ki, gelişmeler, devlet yönetimi, eğitim, sağlık, ticaret vb. alanlarda BT'nin sağladığı yeni fırsatların fizikteki adıyla bir “kuantum sıçraması” olarak nitelenebilecek kadar büyük ölçekli olabileceğini göstermektedir (Erkan, 1998: 241). Gerçekten de BT'nin bireye ve topluma sunduğu imkânların büyüklüğü ve bu imkânların demokrasi ve özgürlükleri genişletmek amacıyla kullanıldığında sağlanacak faydanın boyutu düşünüldüğünde heyecanlanmamak mümkün değildir. ABD ve AB ülkelerinde 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren hızla yaygınlaşan BT programlarının toplumsal hayatta pek çok alanda önemli bir dönüşüm yarattığı görülmektedir.

BT'nin sunduğu bu yeni fırsatları değerlendirebilmek için öncelikle hangi alanlarda ne tür katkılar sağladığının görülmesinde yarar vardır. Söz konusu alanlar genel olarak e-Demokrasi, e-Devlet, e-Sağlık, e-İş ve e-Öğrenmeden oluşan beş başlık altında toplanarak incelenebilir.

Tablo-1: Kamu Hizmetlerinde BT Uygulamalarının Bireysel ve Toplumsal Hayata Sunduğu Yeni Fırsatlar

e-Demokrasi
- Çevrimiçi (online) oy kullanma
- İnternet üzerinden siyasi kampanyalar düzenleme
- Oy kullanacakların kaydedilmesi
- Kamuoyu yoklamaları
- Siyasiler ile vatandaşlar arasında iletişim
- Yasama sürecinin İnternet üzerinden izlenebilmesi ve yasa tasarıları hakkında bilgi sunulması
e-Devlet
- e-Devlet Kapısı Üzerinden Ödeme Yapılması: Bireylerin devletten almak zorunda olduğu bilgiler ve devletin tuttuğu diğer kayıtlarda (nüfus kağıdı, pasaport, tapu ve kadastro, nüfus, adli kayıt ve sicil, askerlik, ithalat/ihracat vb.) resmi bir ortak web sitesinin kullanılması.
- e-Devlet Kapısı Üzerinden Etkileşimli Kamu Hizmetleri: Kamu kurumları arasında sağlanan ortak standartlarla tüm kamu kurumlarının veri paylaşabilir hale gelmesi ve böylece devlet içi yazışmaların, belge ve veri aktarımlarının, BT altyapısı üzerinden gerçekleştirilmesi.
- Geniş Bant İnternet: Yüksek hızlı İnternet ile zamandan tasarruf.
- Kamu Veri Tabanlarının Karşılıklı İşlerliği ve Veri Paylaşımı
- Kamu Alımlarının İnternet üzerinden düzenlenmesiyle maliyet kazancı
- Video-konferans: Kamu görevlilerinin toplantılarını zaman ve mekandan bağımsız BT altyapısı üzerinden yapabilmesi.
e-Sağlık
- Elektronik Sağlık Kartları: Bireye ilişkin bilgilerin kağıt ortamından kurtarılıp, taşınabilir kartlara yüklenmesi.
- Sağlık Bilgi Ağları: Bireylerin sağlıkları ile ilgili tüm verilerin düzenli bir biçimde veri bankalarında saklanması ve hastane, laboratuvar ve ev arasında bilgi transferi yapılabilmesi.
- Uzaktan Tarama: Röntgen, ultrason, tomografi sonuçlarının İnternet üzerinden uzaktaki bir uzmana gönderilmesi.
- Video-konsültasyon: Herhangi bir yerdeki hastaya, uzmanların, bulunduğu yerden bağımsız olarak BT altyapısı aracılığıyla uzaktan konsültasyon yapması.
- Koruyucu Sağlık Hizmetlerinin Uzaktan Sunulması
e-İş
- Evde Çalışma
- Bilgisayar Destekli Tasarım ve Üretim
- Çevrimiçi Alışveriş ve Banka Hizmetleri
- Elektronik Ticaret
- Satış Sonrası Uzaktan Etkileşimli Eğitim
e-Öğrenme
- Etkileşimli Uzaktan Eğitim ve Sanal Kampüs
- Kütüphanelere İnternet Üzerinden Erişim
Kaynak: TÜBA-TÜBİTAK-TTGV, 1995; eEurope 2005 Project, 2002; Economist, 2000; CDD, 2006; Hacker ve Dijk, 2000; Wilhelm, 2000; Hague ve Loader, 1999.

Görüldüğü gibi kamu hizmetlerindeki dönüşüm neredeyse toplumsal hayatın tüm boyutlarına etkiye bulunacak denli büyük boyutludur. Ancak bu dönüşümün etkilerini somut olarak görmeden, onu bir kuantum sıçraması olarak nitelendirmek sağlıklı bir yaklaşım olmayacaktır. Bu nedenle çalışmanın bu aşamasında, kamu hizmetlerinde BT kullanımında önemli bir yol almış AB ülkelerindeki BT uygulamaları incelenerek bu uygulamalardan sağlanan somut kazançlar ele alınacaktır.

AB ülkelerinde kamu hizmetlerinde BT uygulamaları üzerine gerçekleştirilen en kapsamlı çalışma, 2004 yılı Aralık ayında Avrupa Komisyonu Bilgi Toplumu Genel Müdürlüğü e-Devlet Birimine sunulan ve 253 kurum, 28.332 şirket ve 19.896 vatandaşın katılımıyla gerçekleştirilen “Top of the Web” başlıklı rapordur (eGovernment, 2004). Çalışmada kamu hizmetlerini elektronik ortamda kullanan vatandaşların tatmin düzeyi ve bu hizmetlerin elektronik ortamda sunumunun ekonomilere sağladığı katkı araştırılmıştır. BT kullanımının bireylere ve ekonomiye katkısının açık bir şekilde görülebilmesi açısından 15 Avrupa ülkesinde yürütülen bu çalışmanın bazı önemli bulguları aşağıda sıralanmaktadır (eGovernment, 2004):

- e-işlemlerle kazanılan ortalama zaman: AB ülkelerindeki İnternet kullanıcılarının kamu hizmetini geleneksel yöntemle almak yerine elektronik ortamda çevrimiçi olarak almakla, işlem başına ortalama 1 saat zaman kazandığı saptanmıştır.

- Kişisel gelir vergisi bildirim: Kullanıcılar, elektronik ortamda gerçekleştirilen gelir vergisi bildirim işlemlerinde işlem başına ortalama 71 dakika tasarruf sağlamıştır. Bu da 2003 yılında 15 AB ülkesinde toplam 7,3 milyon saatlik bir tasarruf anlamına gelmektedir. (Çalışma, e-işlemlerin yaygınlaşması ile bu rakamın yıllık “100 milyon saate” çıkacağını belirtmektedir).

- İş dünyasında Katma Değer Vergisi bildirim: İşlem başına ortalama 38 dakika ve 10 Euro tasarruf sağlanmıştır. Böylece 2003 yılında iş dünyası yaklaşık 29,3 milyon Euro elde edilmiştir. (Bu rakamın e-işlemlerin yaygınlaşması ile 230 milyon Euro’ya çıkması beklenmektedir).

- Yeni şirket kaydı: İş dünyasında 2003 yılında 2,2 milyon Euro tasarruf sağlanmıştır.

- Halk kütüphaneleri (katalog tarama): Kullanıcılar ortalama olarak işlem başına 81 dakika tasarruf etmişlerdir ve bu miktar 15 AB ülkesinde toplam olarak 1.021 çalışma yılına denk gelen bir tasarrufu temsil etmektedir.

- Kullanıcı tatmini: Araştırma, kullanıcıların %62'sinin aldıkları e-hizmetten çok memnun olduğunu göstermektedir. Ayrıca kullanıcıların %77'si çevrimiçi hizmetleri diğerlerine tavsiye edeceklerini belirtmektedir ki, bu durum yakın gelecekte e-hizmet kullanımının çok daha yaygınlaşacağını da göstermektedir.

Yukarıdaki bulgulara ek olarak, eGovernment (2004) çalışması, e-işlemlerden sağlanan kazançların sadece zaman ve para ile sınırlı olmadığını göstermiştir. "Esneklik", "daha hızlı hizmet" ve "daha hızlı yanıt" gibi unsurlar, sıralamada zaman ve para kriterlerinin ardından kullanıcı memnuniyetini etkileyen başlıca kriterler olarak ön plana çıkmaktadır. Çevrimdışı (offline) hizmetten çevrimiçi (online) hizmete geçerken, kullanıcıların zaman kazanmanın yanı sıra zamanın kullanımında da büyük bir "esneklik" kazandığı görülmektedir, çünkü geçmişte sadece çalışma saatlerinde ve ilgili kamu kurumuna bizzat gidilerek işlem yapılabilirken, artık haftanın 7 günü ve günün 24 saati evden veya işyerinden çevrimiçi hizmete ulaşılabilmektedir.

Kamu kesiminde BT uygulamalarının AB ülkelerinin ekonomilerine ve AB vatandaşlarına zaman, hız, maliyet, esneklik gibi pek çok boyutta katkıda bulunduğu görülmektedir (eGovernment, 2004). Bu bulgular Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için BT ve e-Devlet hareketinin ne denli büyük bir önem taşıdığını kanıtlamaktadır. İncelenen e-hizmetler sıradan bir AB vatandaşı için işlem başına ortalama 1 saatlik tasarruf anlamına gelirken, kamu bürokrasinin çarklarının kırtasiyecilik, iş yükü vb. nedenlerle çok daha yavaş çalıştığı Türkiye gibi bir ülkede bu rakamın 1 saatin çok daha üzerinde olacağı düşünülmektedir. Türkiye'de AB tarafından öngörülen diğer temel kamu hizmetlerinde sağlanabilecek gelişmelerle ekonomi için yüzlerce milyon doları bulan bir tasarrufun mümkün kılınması beklenmektedir (Aydın, 2005).

Bununla birlikte BT alanındaki gelişmelerin bir başka yönü daha bulunmaktadır: "İzleme" ve "denetim".

2. BT VE YENİ TEHDİTLER: KİTLE İZLEME TEKNOLOJİLERİ

Görüldüğü gibi BT uygulamaları bireysel ve toplumsal hayata önemli katkılarda bulunmaktadır, ancak diğer yandan insan hakları savunucularınca

eleştirilen teknolojik izleme uygulamaları da yaygınlaşmaktadır. İzleme teknolojilerinin giderek ucuzlaması ve güçlerinin artmasıyla birlikte kitlesel izleme ve insanların hayatı hakkında bilgi toplama her zamankinden çok daha kolay bir hale gelmiştir (ACLU, 2006b). Çalışmanın aşağıdaki kısmında izleme teknolojilerine yönelik kaygıların kökenleri ve bu kaygılara neden olan BT uygulamaları ayrıntılı olarak incelenmektedir.

2.1. BT Uygulamalarına Yönelik Kaygıların Kökenleri

Çağdaş dünyada BT, kamu hizmet kalitesini yükseltmek, maliyetleri düşürmek, verimliliği artırmak ve vatandaşın beklentilerine daha duyarlı bir kamu yönetimi modeline geçiş yapmayı sağlayacak bir araç olarak görülmektedir. Ancak diğer pek çok bilimsel buluş gibi BT de, kötü amaçlarla kullanılabilme olasılığı olan bir araçtır. Vatandaş memnuniyetini artırmak için tasarlanmış ve kimilerine göre yeni bir tür özgürlüğün ve yönetim anlayışının ilk adımı olan İnternet ve BT'nin, otoriter/totaliter bir devlet yapısında, toplum içindeki herkesin numaralandırılıp izlendiği bir "açık hapisane" yaratma amacıyla kullanılma riski de mevcuttur. BT tabanlı yeni totalitarizm üzerindeki tartışmaların aslında 20. yüzyıl başlarında ortaya çıktığı görülmektedir. Yevgeny Zamyatin, 1920'lerde "Biz" adını taşıyan kitabında, sınai gelişim ve teknolojik kalkınmanın, bir bolluk ortamı yaratacağını düşünen ve bunu bir tür "ütopya" olarak gören pek çok bilim adamı ve yazardan radikal bir şekilde ayrılmıştır (Zamyatin, 1986). Zamyatin, daha sonra George Orwell (1984) ve Aldous Huxley (1989) gibi yazarlar tarafından da dile getirilen, teknolojik gelişmeyle birlikte doğabilecek "totaliter rejimler" tehlikesine değinerek bir antitez ortaya koymuştur (Zamyatin, Orwell ve Huxley'nin görüşlerinin yarattığı kaygılar çerçevesinde Türkiye'de polis bilgi sistemlerinin algılanma biçimi üzerine detaylı bir değerlendirme ve öneriler için bkz. Leblebici vd. 2003b). O kadar ki, bu antitez veya diğer deyişle anti-ütopya, yazar tarafından, radikal bir eleştiri silahına dönüştürülmüş ve sonuç olarak da "Biz", SSCB'de hiçbir zaman basılmamış, yazarın ise sürgünde ölmesine neden olmuştur. Kitap, günümüz toplumunda ortaya çıkmaya başlayan ve artık giderek çok daha şiddetli olarak tartışılan bazı gelişmelerden bahsetmektedir: "Geleceğin toplumunda insan doğadan ve kendi benliğinden koparılmış, bizleşerek teknolojiye ve bürokratik devlete teslim olmuştur. Kişisellik yoktur. İnsanların adları değil numaraları vardır. Saydam, cam duvarların arkasında yaşayan insanların her dakikası devletçe belirlenmektedir." (Zamyatin, 1986).

Teknolojik devrime yöneltilen eleştirilerde, Zamyatin'i izleyen Orwell (Bin Dokuz Yüz Seksen Dört) ve Huxley (Cesur Yeni Dünya), belki de çok daha fazla ses getirmişlerdir (Orwell, 1984; Huxley, 1989). Bu çalışmalara

Foucault'nun (1979), insanların sürekli göz altında tutulduğu Panoptikon Toplum uyarısına yer verdiği "Discipline and Punish: The Birth of the Prison" adlı eseri de eklenebilir. Panoptikon (Panopticon) terimi aslında filozof Jeremy Bentham'ın kardeşi Samuel Bentham'a aittir, fakat terim Jeremy Bentham'ın felsefi görüşleriyle bütünleşmiş olduğundan onun adıyla anılmaktadır (Pease-Watkin, 2003). Bentham'a göre Panoptikon, ortasında bir kulenin bulunduğu ve kuledeki gözetleyenin tüm mahkumları izleyebildiği, çember biçimli bir hapisane binası tasarımına verilen isimdir. Ayrıca tasarım, labirent tarzı duvarlarla ışık ve ses geçişini de engellediğinden, mahkumlar gözetlenip gözetlenmediklerini de fark edememekte, dolayısıyla da onları izleyen bir nöbetçi olmadığı durumlarda bile izlendiklerini düşünerek kaçmaya cesaret edememektedirler (Pease-Watkin, 2003). Yukarıda da belirtildiği gibi Panoptikon terimi asıl şöhretini Michel Foucault'ya borçludur. Foucault (1979), bütün hiyerarşik yapıların sürekli izleme/gözetleme olgusu nedeniyle Bentham'ın hapisanesine evrildiğini belirterek, çağdaş dünyanın bir anlamda büyük bir hapisaneye dönüştüğünü ima eder. Gerçekten de sokaklarda, marketlerde, metroda ve otoparklarda izleme kameralarının kullanımı, özel şirketlerde personelin kameralarla izlenmesi, e-postalarının denetlenmesi, İnternet trafiğinin denetimi gibi uygulamalar, toplumsal hayatın bütününde Panoptik yapıların doğmasına yol açmakta ve bu gelişme de Foucault'nun öngörüsüne güç kazandırmaktadır (ACLU, 2006a; Blanchette ve Johnson 1998:1; Whitaker 2000:139).

2.2. BT Uygulamaları Korkuları Destekliyor mu?

Gözetim toplumu kaygılarını alevlendiren BT uygulamaları genel olarak Kitle İzleme Teknolojileri başlığı altında toplanabilir. Bu uygulamalar ağırlıklı olarak kamera ve dinleme araçlarının kullanımına odaklanmaktadır, ancak teknolojik imkânların gelişmesiyle müdahale imkânları da çeşitlenmiştir. Çalışmanın bu kısmında söz konusu uygulamalar altı madde halinde toplanarak detaylı olarak incelenmektedir:

- Sabit Hatlı Telefonların, Cep Telefonlarının Dinlenmesi ve İnternet Trafikinin İzlenmesi

Mevcut telekomünikasyon teknolojisi, güvenlik birimlerine sabit hatlı telefon ve cep telefonu iletişim trafiğini izleme imkânını sunmaktadır. Telefon dinleme olarak bilinen bu uygulama, çıkarılan kanunlarla mahkeme iznine bağlanmış olsa da, uygulamada zaman zaman durumun aciliyeti gerekçe gösterilerek, gelişmiş ülkelerde dahi bu izinlerin alınmasının göz ardı edilebildiği görülmekte ve kamuoyunda sıklıkla özel hayatın dokunulmazlığına müdahale edildiği yönünde tartışmalar oluşmaktadır (ACLU, 2005).

ABD’de 16 Aralık 2005 tarihli New York Times gazetesinde yer alan bir araştırma, Başkan Bush’un, ABD Ulusal Güvenlik Birimi’ne (National Security Agency/NSA) hakim kararı olmadan binlerce Amerikan vatandaşının telefon ve e-posta trafiğini izleme talimatı verdiğini ve bunun Amerikan anayasasına açıkça aykırı olduğunu belirtmektedir (Risen ve Lichtblau, 2005). Yine ABD’de 2006 yılında USA Today’de yayınlanan bir başka araştırma da aynı konuya değinerek, ülkenin büyük telefon şirketlerinin NSA ile Amerikan vatandaşlarının telefon kayıtlarının izlenmesi konusunda işbirliği yaptığını ortaya koymaktadır (Cauley, 2006). Bu bilgiler ABD hükümetinin yargı makamlarından izin almaksızın telefon görüşmelerini dinlediği iddialarını doğrular gözükmektedir.

Yukarıda sıralanan kaygıları gündemde tutan belki de en tartışmalı iddia ise dünya çapında kitle izleme amacıyla kullanıldığı öne sürülen ve ABD-İngiltere inisiyatifinde bir proje olduğu savunulan, ancak ilgili hükümetlerce resmi olarak kabul edilmemiş ECHELON projesidir (Keefe, 2006; Richelson ve Ball, 1985; Hager, 1996; Coşkun, 2000; Bildirici, 1998). İddialara göre, proje sayesinde, telefon ve İnternet iletişim ağlarının gelişmiş yazılımlar ile sürekli olarak izlenmesi mümkün olabilmektedir. Keefe’ye (2006) göre, ECHELON sistemi, başlangıçta ABD ve İngiltere arasında oluşturulmuş ve ardından da Avustralya, Kanada ve Yeni Zelanda’nın katılımıyla kapsama alanını genişletmiş bir birliktir. Sistem, bilgisayar sistemleri yoluyla radyo, uydu iletişimi, telefon, faks ve e-posta trafiğini izleyerek istihbarat toplama amacına hizmet etmektedir. ECHELON sisteminin başlangıçta Sovyetler Birliği ve Doğu Bloku’nu izlemek amacıyla kullanılırken, günümüzde anti-terör, uyuşturucu trafiği, siyasi ve diplomatik istihbarat amaçlı kullanıldığı savunulmaktadır. Yine iddialara göre sistem bugün sanayi casusluğuna dahi hizmet edebilmektedir (Richelson ve Ball, 1985; Hager, 1996; Coşkun, 2000; Bildirici, 1998).

- Güvenlik Kameralarıyla İzleme

Yaygın kullanım biçimiyle “güvenlik kameraları” olarak adlandırılan “Kapalı Devre Televizyon” (Closed Circuit Television/CCTV) teknolojisi, belirli bir bölgeden kameralarla elde edilen görüntünün sinyaller yoluyla önceden belirlenmiş sınırlı sayıdaki monitöre aktarımına dayanmaktadır (Urbaneye, 2006). 1950’lerde ilk kameraların trafik düzenlemesi amacıyla kullanılmasının ardından hızla gelişen CCTV teknolojisi, bugün ağırlıklı olarak, suçun önlenmesi ve/veya ortaya çıkarılması amacıyla başvurulmuş bir araç haline gelmiştir (Hempel ve Töpfel, 2002). Güvenlik kamerası kullanımı başlangıçta trafik güzergahları, sokaklar, metro istasyonları, otoparklar, alışveriş merkezleri, işyerleri gibi alanlarda yoğunlaşırken zamanla maliyetinin

oldukça düşmesiyle birlikte; günümüzde binalara, evlere ve ticari taksilere kadar yaygınlaşmıştır. Kameralar pek çok suçun aydınlatılmasında, suçluların yakalanmasında etkili olmakta ve güvenlik güçlerinin çalışmalarını önemli ölçüde desteklemektedir.

Avrupa ülkelerindeki güvenlik kamerası kullanımını farklı boyutlarıyla inceleyen “Urbaneye Projesi” bu alanda AB ülkelerindeki en kapsamlı çalışmalardan biridir (Urbaneye, 2002). Proje kapsamında 2002 yılında yapılan bir araştırmaya göre AB ülkeleri arasında sokaklara yerleştirilen güvenlik kamerası sayısı en yüksek olan İngiltere’de bu rakam 4 milyon civarındaydı (sadece Londra’da yaklaşık 400.000 adet) (McCahill ve Norris, 2002a; McCahill ve Norris, 2002b). Bugün İngiltere’deki tüm şehir merkezleri, güvenlik kameraları ile izlenmektedir ve bu durum, aynı zamanda sıradan vatandaşların da, bilgi ve izinleri olmadan izlendikleri anlamına gelmektedir.

Günümüzde hemen her demokratik ülkede kamuoyu ve basın yayın organları, telefon görüşmelerinin dinlenmesi konusunda oldukça hassastır. Vatandaşların ülke içindeki her hareketinin izlenebildiği yeni kamera sistemlerinin sokaklarda kullanımı ve giderek yaygınlaşması yüzünden kısa vadede benzer bir tartışmanın güvenlik kameraları üzerinde de yürütüleceğine kesin gözüyle bakılabilir. Çünkü, mevcut teknoloji, güvenlik kameralarına eklenen gelişmiş mikrofonlarla sokaklarda yapılan konuşmaların da dinlenebilmesine imkân vermektedir. Bu sayede elde edilen özel hayata ait gizli bilgilerin amaç dışı kullanılmayacağı yasal düzenlemelerle garanti edilmesinin oldukça önemli bir konu olarak gündeme taşınması olasılığı hiç de uzak değildir.

Türkiye’de de “Mobil Elektronik Sistem Entegrasyonu” (MOBESE) projesi ile cadde ve sokakların sürekli olarak kameralarla izlenmesine dayanan gelişmiş sistemler, 2005 yılından itibaren kullanıma girmiştir (İEM, 2006). Resmi olarak 17.06.2005 tarihinde İstanbul’da hizmete giren MOBESE, İstanbul Valiliği’nin desteği ile İstanbul Emniyet Müdürlüğü bünyesinde faaliyete geçirilen bir “Kent Bilgi ve Güvenlik Sistemi” olarak tanımlanmaktadır (İEM, 2006). Projede, İstanbul halkına sunulmakta olan kamu hizmetlerinin iyileştirilmesi, yönetim işlevinin kolaylaştırılması, muhtarlık hizmetlerinin düzenlenmesi ve suç sayısının düşürülmesi hedeflenmektedir. Bu çerçevede 952 muhtarlık, 3.500 polis aracı, 150 mobil polis karakol ünitesi, İl ve İlçe Komuta Merkezleri ve İl Emniyet Müdürlüğü hizmetlerinin yürütülmesini sağlayan 12 ayrı sistem, yazılımlar ile entegre edilmiştir. MOBESE sisteminin yakın gelecekte Türkiye’deki tüm kentlere yayılması planlanmaktadır. (İEM, 2006).

- Parmak İzi ve DNA Veri Tabanları

Parmak izi veri tabanları başlangıçta sadece polis merkezlerine getirilen tutukluların suçlu olup olmadıklarının anlaşılması için kullanılan bir uygulama iken, daha etkili bir analiz için nüfusun tamamının bu veri tabanlarına eklenmesi düşüncesi giderek güç kazanmaktadır (Smith, 2006). Bu nedenle son yıllarda sadece tutukluların değil suçla ilişkisi olmayan sıradan insanların da vize işlemleri, havaalanı kontrol noktaları vb. pek çok işlem esnasında parmak izlerinin alındığı görülmektedir.

Parmak izi veri tabanları bugün artık DNA örneklerine dayanan gelişmiş veri tabanlarıyla birlikte kullanılmaya başlanmıştır. DNA, insan dahil çoğu canlıda bulunan, yaşamın gelişimi ve devamı için gerekli genetik materyali içeren bir kimyasal parmak izi olarak tanımlanabilir (Forensic, 2006). ABD’de hemen her eyaletin suçlulara ait bir DNA veri tabanı bulunmaktadır. Ayrıca FBI tarafından oluşturulan ve CODIS (Combined DNA Index System) adını taşıyan merkezi veri tabanı üzerinden tüm eyaletlere ait verilere ulaşmak da mümkün kılınmıştır (CODIS, 2006). ABD’deki merkezi veri tabanında Haziran 2006 itibarıyla 3.452.901 kişiye ait kayıt bulunmaktadır (NDIS, 2006). İngiltere’de ise, 2005 yılı itibarıyla 5,5 milyon insanın verilerinden oluşan bir parmak izi veri tabanı mevcuttur ve 1995 yılında kurulan Ulusal DNA Veri tabanında da (National DNA Database/NDNAD) Şubat 2006 itibarıyla 3 milyon civarında DNA örneği muhafaza edilmektedir (NDNAD, 2006a; NDNAD, 2006b).

ABD’de DNA veritabanları konusundaki yeni projelerden biri de tüm çalışanlara bir DNA kimlik kartı hazırlanması projesidir. DNA kartının iş başvurularında kullanılması ile yasadışı işçi kullanımına (özellikle sayıları 12 milyonu bulan kaçak göçmen işçiler) son verilmesi de planlanmaktadır (Kugler, 2006). Yakın gelecekte hem ABD hem de İngiltere’de parmak izi veritabanlarında olduğu gibi DNA veri tabanlarının da tüm ülke nüfusunu dahil edecek şekilde genişletilmesi olasılığı oldukça yüksektir, çünkü güvenlik güçleri, bu sistemlerden en etkili sonuçların alınmasının ancak veri tabanının tüm ülkeyi kapsamı ile mümkün olduğunu savunmaktadır (Smith, 2006). Diğer yandan insan hakları savunucuları söz konusu veri tabanlarının amaç dışı kullanımı olasılığının her zaman mevcut olduğunu ve bu takdirde de ciddi sorunların doğacağını belirtmektedirler (Kugler, 2006).

Öte yandan DNA veri tabanlarının suçluların saptanmasındaki gücü de artık rakamsal olarak ortaya çıkmaktadır. İngiltere’de NDNAD’ın kurulduğu tarih olan 1995’ten 2005 yılına kadar geçen sürede yaklaşık 600.000 olayda suçlu kimliğinin DNA karşılaştırması sayesinde belirlenmesi söz konusu

teknolojinin kriminal araştırmalarda adeta bir devrim yaratmakta olduğunu göstermektedir (New Scientist, 2005).

- İnternet Üzerinde Sansür

Aralarında Çin'in de bulunduğu bazı kapalı rejimlerde ise İnternet trafiği; İnternet filtreleri ve çeşitli bilgisayar programları yardımıyla yoğun olarak denetlenmekte, ülke vatandaşlarının rejim için tehdit oluşturduğuna inanılan web sitelerine erişimi engellenmektedir (Hermida, 2002). İnsan hakları savunucuları Çin hükümetinin web sitelerini, sohbet odalarını ve özel e-posta mesajlarını denetlemek için görevlendirdiği memur sayısının 2002 yılında 30.000 civarında olduğunu belirtmektedir (BBC, 2002).

Bugün Çin'de elektronik ortamda hizmet veren arama motorları ve şirketler, Çin'li yetkililerle imzaladıkları özel bir anlaşma (Public Pledge on Self-Discipline for China Internet Industry) çerçevesinde; devlet güvenliğini tehlikeye atacak, toplumsal istikrarı bozacak, yasa ve düzenlemeleri ihlal edecek, batıl inanç ve müstehcenlik içeren bilgilerin yayınlanması ve dağıtımından uzak duracaklarını taahhüt etmektedirler (HRW, 2006). Örneğin, Çin'ce hizmet sunan, "Yahoo China" ve "Google China" arama motorlarında, aralarında "Tiananmen Meydanı", "Tibet" ve "Falun Gong tarikatı" gibi kelimelerin; "New York Times" gazetesi, "Radio Free Asia", "Human Rights Watch" ve "Avustralya Yayın Birliği" gibi kurumlara ait web sitelerinin bulunduğu binlerce yasaklı kelime, deyim ve web sitesinin araştırılması imkânı bulunmamaktadır (HRW, 2006).

Yahoo ve Google'ın üst düzey yetkilileri bu durumun doğal olduğunu, çünkü kurumlarının faaliyette buldukları ülkenin hukuk kuralları ve düzenlemelerine uymak zorunda olduklarını belirtmektedirler (Wong, 2002). 2006 yılı Ocak ayında ABD kamuoyunda, Çin hükümetinin belirlediği bazı kelimelere oto-sansür uyguladıkları yönünde eleştirilere maruz kalan Microsoft Şirketi yetkilileri de aynı gerekçeleri ileri sürerek, Çin'deki web sitelerinde Çin hükümetinin mevcut yasalarına uymak zorunda olduklarını belirten bir yanıt yayınlamak zorunda kalmışlardır (HRW, 2006). Bunlara ek olarak yine Çin'de hizmet sunan MSN Messenger ve Skype gibi sohbet sitelerinde de yazılı sohbet esnasında Çin hükümetinin yasaklılar listesindeki kelimelerin kullanımı mümkün olamamaktadır (HRW, 2006).

- Devlet Birimlerinin, Arama Motorları, Sohbet Siteleri ve e-posta Servis Sağlayıcılarından Bireylere Ait Özel Bilgileri Talep Hakkı

Arama motorları, sohbet siteleri ve e-posta servis sağlayıcıları, bu araçları kullanan insanların özel hayatlarına ait çok değerli bir bilgi havuzuna sahiptirler. Bu alandaki temel kaygı da söz konusu bilgilerin amaç dışı kullanım riskidir. Örneğin bir arama motoru, onu kullanan kişinin tüm ilgi alanlarına ilişkin döküme sahiptir. Sohbet siteleri ise kişilerin özel ve ticari tüm bağlantılarını açığa çıkarabilir. Yine e-posta servisleri de kişilerin özel veya ticari bağlantılarına ait doğrudan bilgi sunabilirler. Yukarıda da değinildiği gibi, servis sağlayıcı şirketler buldukları ülkenin yasalarına uymaktadırlar, bir diğer deyişle eğer devlet birimleri herhangi bir bilgi talebinde bulunurlarsa bu bilgiler kendilerine verilmektedir. Örneğin Google arama motoruna ait “Gizlilik Politikası” incelendiğinde, devlet müdahaleleriyle ilgili dokuzuncu maddede, şirketin devlet organlarından gelecek “arama emirleri, mahkeme emirleri veya kişisel bilgileri edinmeye yönelik celpler gibi yasal süreçlere” uyduğu açıkça belirtilmektedir (Google Gizlilik Merkezi, 2006). Google’a bağlı bir e-posta ve sohbet hizmeti olan Gmail’e ait Gizlilik Politikası’nda ise kullanıcılar tarafından silinen e-postaların, şirketin yedekleme sisteminde çevrim dışı (offline) olarak saklanabileceği belirtilmektedir. Görüldüğü gibi Gmail’in, geçmişe yönelik bir arşivleme yapabileceği beyan edilmektedir. Bu durum, istendiğinde yıllar öncesine ait e-posta trafiği ve içerikleri ile sohbet kayıtlarına ait arşiv bilgilerinin de devlet birimlerine sağlanabileceği anlamına gelmektedir (Gmail Privacy Notice, 2005). Söz konusu teknolojik imkânların amaç dışı kullanım halinde özel hayatın dokunulmazlığına önemli ölçüde zarar vermesi kaçınılmazdır.

- Terör Şüphelileri ve Yardımcılarını İçeren Elektronik Veri Tabanları

11 Eylül 2001 saldırıları sonrasında ABD’de yaşanan süreç insan hakları savunucularının teknolojinin kullanımı konusundaki pek çok kaygısına dayanak olmaktadır. Washington Post gazetesinde yayınlanan bir araştırma, ABD’de 11 Eylül 2001 saldırılarının ardından oluşturulan geniş kapsamlı anti-terör yapılanmasının boyutlarının ne denli büyük olduğunu gözler önüne sermektedir (Pincus ve Eggen, 2006). ABD’de söz konusu yapılanmanın önemli bir parçası da Ağustos 2004’te Başkan Bush tarafından kurulan “Ulusal Anti-Terör Merkezi”dir (National Counterterrorism Center/NCTC) (NCTC, 2006).

NCTC, ABD’de terörizm konusunda tüm kurumlar tarafından elde edilen istihbaratı analiz etmek ve entegre etmekle sorumlu ana birim olarak faaliyetlerini yürütmektedir (NCTC, 2006; NCTC, 2005). NCTC tarafından

kullanılan ve ulusal ve uluslararası terör şüphelilerinin ve onlara yardım sağlayanların isimlerinin yer aldığı veri tabanı, 2006 yılı Mart ayı itibarıyla 325.000 kişilik bir hacme ulaşmıştır (Guardian, 2006; Pincus ve Eggen, 2006). Uzmanlara göre bu sayı 2003 yılındaki 75.000'ler düzeyinden yaklaşık 4 kat büyüerek bugünkü düzeyine çıkmıştır ve sürekli olarak da büyümeye devam etmektedir. NCTC listesi, temel olarak NSA (National Security Agency), CIA (Central Intelligence Agency) ve FBI (Federal Bureau of Investigation) tarafından hazırlanmıştır ve halen güncelleme işlemleri söz konusu kurumlar tarafından yürütülmektedir. Liste, ABD'de kamu güvenliğiyle ilgili tüm birimler tarafından kullanılmaktadır. Güvenlik amacıyla oluşturulan NCTC yapılanmasına karşı, sivil özgürlük savunucuları ve uzmanlar, bu ölçüde kapsamlı terörizm listelerinin çok sayıda masum insanın ismini de içermesi olasılığının arttığına dikkat çekmektedir (Pincus ve Eggen, 2006).

Görüldüğü gibi devlet birimleri BT'den, kitle izleme alanında; denetim, sansür, dinleme, görüntüleme, bilgi toplama, arşivleme vb. uygulamaların oluşturduğu geniş bir yelpazede yararlanmaktadır. Söz konusu uygulamaların tümü güçlü bir hukuksal çerçeve içerisinde düzenlenmesi gereken, aksi halde bireysel özgürlükler üzerinde olumsuz sonuçlar yaratma potansiyeli yüksek uygulamalardır. Çalışmanın izleyen kısmında bireysel özgürlüklere duyarlı bir hukuksal çerçevenin temel unsurlarının neler olması gerektiği ve terörle mücadele paralelinde şekillenen yeni dünya gündeminde mahremiyeti koruyucu hukukun yeri üzerinde durularak, bu yönde değerlendirme ve önerilere yer verilecektir.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Günümüzde kamu hizmetlerinde süratle yaygınlaşan BT uygulamalarının avantaj ve dezavantajları üzerindeki tartışmalar halen sürmektedir. Ancak bu tartışmalar, yeni teknolojilerin oluşturduğu hayat tarzının daha kısıtlayıcı değil, daha özgürlükçü olabilmesinin ve vatandaşlara sunulan hizmetlerin kalitesinin geliştirilmesinin de yollarını açmaktadır.

BT uygulamalarının günümüz toplumuna sunduğu imkânlar bir araya getirildiğinde; özellikle gelişmekte olan ülkelerde iktisadi anlamda ekonomiye sağlayacağı katkıların başka iyileştirme çalışmalarıyla karşılaştırılmayacak ölçüde yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte söz konusu imkânlardan yararlanan vatandaşların haklarının sürekli güncellenen ve geliştirilen hukukî düzenlemelerle güvence altına alınmadığı ülkelerde, BT'nin bireysel özgürlükleri kısıtlamak amacıyla kullanılma tehlikesinin ağır bastığı da bir gerçektir.

Bireysel Özgürlükleri Koruyucu Bir Hukukî Altyapı Zorunluluğu

Gücün iktidardakilerce kötüye kullanımı, genellikle çağdaş demokrasinin gereği olan ve birbiriyle bağlantılı iki ilkenin, “topluma hesap verme” (accountability) ve “şeffaflık” (transparency) ilkelerinin ihlali sonucunda oluşmaktadır (Brin, 1998). Dolayısıyla hesap verme ve şeffaflık konusunda oluşturulacak etkili bir hukukî altyapı ile amaç dışı kullanım engellenerek, bireysel özgürlüklerin korunmasını garanti altına almak mümkündür. Ancak gelişmekte olan ülkelerde bu yöndeki düzenlemeler tamamlanmadan, izleme ve veri tabanı teknolojilerinin kullanımına geçildiği ve dolayısıyla da uygulamaların istismara açık olduğu görülmektedir. İstismarın önlenmesi ve şeffaflığın sağlanabilmesi amacıyla gelişmiş ülkelerde 1960 ve 70’li yıllarda önemli adımlar atıldığı görülmektedir. Bu alanda en önemli adımlardan biri, ABD’de 1966 yılında çıkarılan Bilgi Edinme Özgürlüğü Yasası’dır (Freedom of Information Act) (FOIA, 1966; USDOJ, 2006). 1972 yılında ABD’de önemli bir siyasi çalkantı yaratan Watergate skandalının ardından ise 1974’te Özel Hayatın Korunması/Mahremiyet Yasası (Privacy Act) parlamentodan geçmiştir. ABD’yi izleyen Fransa 1974 yılında “Bilişim ve Özgürlükler Komisyonu’nu” (Commission Nationale de l’Informatique et des Libertés); İngiltere ise 1979 yılında “Lindop Komitesi’ni” (Lindop Committee on Data Protection) kurarak “Veri Koruma” alanında hukuksal bir altyapı oluşturma çalışmalarını başlatmışlardır. AB ülkeleri ise 24 Ekim 1995’te çıkarılan “Veri Koruma Yasası” (Data Protection Law) ile bu alanda en kapsamlı düzenlemelerden birini oluşturmuşlardır (Directive 95/46/EC, 1995)². Türkiye ise, biraz gecikmeli olmakla birlikte, Ekim 2003’te parlamentodan geçen ve Nisan 2004’te uygulamaya giren 4892 sayılı yasa ile “Bilgi Edinme Özgürlüğünü” tanımıştır. 24 Ocak 2004’te yürürlüğe giren 25356 sayılı “Dilekçe ve Bilgi Edinme Hakkının Kullanılması” başlıklı Başbakanlık Genelgesi ve 27 Nisan 2004 tarihinde yürürlüğe giren 25445 sayılı “Bilgi Edinme Hakkı Kanununun Uygulanmasına İlişkin Esas ve Usuller Hakkında Yönetmelik” ile de kamu yönetiminde “şeffaflık” ve “topluma hesap verme” konusundaki hukukî çerçeve sağlamlaştırılmaya çalışılmıştır³. Diğer taraftan mahremiyetin korunması alanında da adımlar atılmış ve hakim kararı olmadan telefonların dinlenmesi olgusunu sonlandırmak amacıyla “Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı” kurulmuştur⁴. 23 Temmuz 2006 tarihinde faaliyete geçen Başkanlık, izinsiz dinlemeleri tespit etme ve dinlemelerin; 23.7.2005 tarihinde yürürlüğe giren 5397 sayılı kanuna ve 10.11.2005 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren “Telekomünikasyon Yoluyla Yapılan İletişimin Tespiti, Dinlenmesi, Sinyal Bilgilerinin Değerlendirilmesi ve Kayda Alınmasına Dair Usul ve Esaslar ile Telekomünikasyon İletişim Başkanlığının Kuruluş, Görev ve Yetkileri Hakkında Yönetmelik” hükümlerine uygunluğunu denetleme görevini üstlenmiştir (Telekomünikasyon Kurumu, 2006). Ancak henüz bir veri

koruma yasasının çıkarılmamış olması, Türkiye açısından ciddi bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Bu çerçevede AB müktesebatına uyum çalışmaları kapsamında, “Adalet ve İçişleri” başlığı altında yer alan veri koruma alanında, henüz kat edilmesi gereken önemli bir mesafe bulunduğu görülmektedir⁵.

Terör Tehdidinin Şekillendirdiği Yeni Bir Bakış Açısı

21. Yüzyıl’da devlet yönetiminde ve kamu hizmetlerinin sunumunda hız, kalite, verimlilik ve maliyet alanlarında iyileştirmelerin, artık BT ve sağladığı imkânlar dikkate alınmadan tasarlanabilmesi mümkün değildir. Ancak kamu hizmetlerinde BT’nin amaç dışı kullanımı halinde bireysel özgürlükler alanında doğabilecek muhtemel riskler, artık sadece gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş ülkelerde de ciddiye alınıp tartışılmaktadır. Çünkü BT uygulamalarının amaç dışı kullanımı genellikle bireyin temel hak ve özgürlüklerinden birini oluşturan özel yaşamın gizliliğinin tahribi sonucunu yaratmakta, devlet ve vatandaş arasındaki güven ilişkisi zedelenmektedir. Söz konusu risklerin ortadan kaldırılması yoluyla vatandaş ve devlet arasındaki “karşılıklı güveni” tesis etmek ve sürekli kılmak gerekmektedir. Ancak bunun, dünyanın bugün içinde bulunduğu terör tehdidi nedeniyle kolayca gerçekleştirilebilmesi imkânı da giderek azalmaktadır. Bu nedenle BT alanında artık terör olgusunu da içeren daha “kapsamlı ve yeni bir bakış açısının” oluşturulması bir zorunluluktur. Çünkü BT ve bireysel özgürlükler alanındaki mevcut literatürün iki önemli unsurdan oluşan yeni BT gündeminin gerisinde kalmaya başladığı görülmektedir: 1. Batılı ülkelerdeki terör paranoyası ve bu yüzden daha yüksek bir hızla geliştirilen izleme teknolojileri, 2. Hukuksal çerçevenin, teröre karşı mücadelenin bireysel özgürlükleri tahrip etmeyecek bir platformda yürütülmesini sağlamak ve izleme teknolojilerindeki gelişmenin hızına ayak uydurabilmek amacıyla sürekli olarak güncellenmesi ihtiyacı. İlerideki çalışmalara ve bu yeni bakış açısına katkı sağlamak amacıyla aşağıda, söz konusu iki gündem maddesi analiz edilmektedir:

1. Batılı Ülkelerde Terör Paranoyası ve Kitle İzleme Teknolojilerine Büyük Ölçekli Yatırımlar: BT uygulamalarının yarattığı tehditleri içeren literatürde sıklıkla, gelişmekte olan ülkeler ve otoriter/kapalı rejimlerde, özgürlükleri koruyucu bir hukukî altyapı oluşturulmadığından dolayı bireyin mahremiyetine zarar verildiği vurgulanmaktadır. Ancak bu çalışmanın bulguları artık söz konusu düşüncenin gerçeği tam anlamıyla yansıtmadığını göstermektedir, çünkü Batılı ülkelerde son yıllarda oluşan “terör paranoyası” nedeniyle, bugün artık sanıldığı aksine “Gözetim Toplumu” yaratma tehlikesinin, ABD ve İngiltere gibi gelişmiş demokratik sistemlerde daha yoğun olarak yaşandığı görülmektedir (ACLU, 2005; ACLU, 2006b). Bunun en somut

örneği, ABD’de 11 Eylül 2001’de gerçekleşen saldırıdan 6 hafta sonra kongrenin adeta panik içinde çıkardığı “Vatansever Yasası” (Patriot Act) ile güvenlik güçlerinin yetkilerinin olağanüstü ölçüde artırılmasıdır (Stanley ve Steinhardt, 2003: 9). Ayrıca, ABD ve diğer pek çok Batılı ülke, söz konusu paranoya sonucunda, “Kitle İzleme Teknolojileri” alanına büyük bütçeler ayırmaktadır ve buna hukukî denetimin gevşetilmesi, yargı izni olmaksızın dinleme gibi uygulamaların da eklenmesiyle, insan hakları savunucularının oldukça kaygı verici buldukları bir süreç yaşanmaktadır. Bu durum, özgürlüklerin korunması ile ilgili çalışmalarda bugüne dek sıklıkla kullanılan “gelişmiş ülke-gelişmekte olan ülke” ve “açık toplum-kapalı toplum” ayrımlarının artık açıklayıcılığını yitirdiğini göstermektedir. Söz konusu yaklaşımlar gelişmiş Batı ülkelerinde yaşanan terör paranoyasını ve yarattığı olumsuz sonuçları göz ardı etmektedir. İzleyen çalışmalarda, günümüz koşullarında artık koruyucu bir hukuksal altyapının gerçekleştirilmesinin tek başına yeterli olmadığı; “hukukun üstünlüğüne inanan”, “demokratik haklar konusunda duyarlı” ve “sağduyulu” kamu yönetimlerinin de bu yapıya eşlik etmesi gerektiği vurgulanmalıdır.

2. Hukukun, Terör Paranoyasının Oluşturduğu Yeni Dünya Gündemini ve BT’nin Gelişme Hızını Yakalaması: BT alanındaki mevcut literatür, özellikle gelişmekte olan ülkelerde hukukî altyapı kurulmadan gerçekleştirilen BT uygulamalarının zararlı etkilerinden söz etmektedir. Ancak bu yaklaşım tek başına anlamlı değildir, çünkü gelişmekte olan bir ülkenin, gelişmiş ülkelere ait hukuksal mevzuatı benimsemesiyle, hukuka uygunluğun kolayca sağlanabileceği gibi oldukça hatalı bir kanaatin doğmasına yardımcı olmaktadır. Oysa hukukî altyapının ve mevzuatın sürekli olarak güncellenemediği ve geliştirilemediği durumlar da, en az bir hukuksal çerçeveye sahip olmamak kadar yıkıcı olabilmektedir. Bu ihtiyacı yaratan önemli faktörlerden biri, BT’nin genel teknoloji dalgasının içerisinde en hızlı gelişen alan olmasıdır. Bu da ister istemez çoğu durumda, hukuksal düzenlemelerin BT uygulamalarının önünde gitmesi değil, onları izlemesi anlamına gelmekte; değişimin hızı çok yüksek olduğu için, güncellemelerin de süratle gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Güncellemeyi zorunlu kılan diğer faktör ise yukarıda da belirtildiği gibi terör tehdidi nedeniyle Batılı ülkelerde mahremiyet konusundaki hukukî mevzuatın yeniden düzenlenmesi ve bir anlamda da hukukî denetimin gevşetilmesi gibi bir eğilimin yaygınlaşmaya başlamasıdır. Oysa yapılması gereken, mevcut hukuksal yapının, teröre karşı mücadelenin insan haklarını ihlal etmeden sürdürülmesine imkân verecek ve “güvenlik ve mahremiyet” denkleminde yeni bir denge oluşturacak şekilde tekrar düzenlenmesi olmalıdır. Görüldüğü gibi BT alanındaki hukuksal çerçeve, değişen gündem ve yeni teknolojik uygulamaların yarattığı beklenmedik

sonuçlar paralelinde sürekli olarak güncellenmek durumundadır. Dolayısıyla, izleyen çalışmalarda sadece bir hukukî altyapının öneminden bahsetmekle yetinilmemeli, dünya gündeminin ve BT alanının değişim hızından kaynaklanan hukuksal güncelleme ve geliştirme ihtiyacının önemi ve söz konusu güncellemeleri yapabilecek ölçüde iyi yetişmiş bir BT hukukçuları grubunun oluşturulması zorunluluğu da önemle vurgulanmalıdır.

Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları, 21. Yüzyıl'da bireyin mahremiyetinin korunmasının ve BT uygulamaları yoluyla bireysel özgürlüklerin geliştirilmesinin mümkün olduğunu, ancak bu idealin gerçekleştirilebilmesinin üç temel koşula bağlanabileceğini göstermektedir; değişen şartlara göre sürekli olarak güncellenen ve güçlü yaptırımları olan bir hukuksal çerçeve; demokratik, açık ve çoğulcu bir toplum yapısı ve bu ideale adanmış bir kamu yönetimi.

NOTLAR

¹ Mahremiyet, bireyin özel yaşamını diğerlerinin izleme alanının dışında tutabilme ve kendisi hakkındaki bilgi akışını denetleyebilme kabiliyetidir. Bir başka ifadeyle, kişisel hayata ait bilgilerin gizliliğini koruyabilme kabiliyeti olarak da tanımlanabilir.

² AB ülkelerinde veri koruma mevzuatı ile ilgili daha fazla bilgi için Avrupa Komisyonu Veri Koruma web sitesini ziyaret ediniz
<http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index_en.htm>.

³ Türkiye'de bilgi edinme hakkının kullanımına ilişkin uygulamada çeşitli sorunlar yaşandığı ve bazı devlet birimlerinin, vatandaşlardan gelen bilgi edinme taleplerine yeterince hassas davranmadığı görülmektedir (bu konuda kapsamlı bir çalışma için bkz. Akdeniz, 2004). Ayrıca konunun Türkiye boyutuyla ilgili daha fazla bilgi için bkz. <<http://www.bilgiedinmehakki.org>> ve dünyadaki gelişmeler için bkz. Uluslararası Bilgi Edinme Özgürlüğü Ağı web sitesi <<http://www.foiadvocates.net>>.

⁴ Türkiye'de mahremiyetin korunması konusunda yürütülen çalışmaları kapsayan ve Uluslararası Mahremiyet Örgütü (Privacy International) tarafından hazırlanmış bir rapor için bkz. (Privacy International, 2004).

⁵ “Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Tasarısı” Adalet Bakanlığı tarafından bakanlıklar ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının görüşüne gönderilmiştir. 2 Haziran 2004 tarihinde Başbakanlığa sevk edilen tasarı, Başbakanlığın 14.03.2005 tarih ve 1113 sayılı yazısı gereği “Üzerinde Çalışılanlar” bölümüne alınmıştır. Adı geçen tasarı, veri korumasında genel kabul gören temel uluslararası metinlerin izini taşımakta ve Türkiye'de kişisel verilerin işlenmesinde hukuka uygunluk denetimi yapacak olan “Kişisel Verileri Koruma Kurumu”nun kurulmasını öngörmektedir (Ersoy, 2006).

KAYNAKÇA

- ACLU (2005) **NSA Spying on Americans is Illegal**, American Civil Liberties Union/ACLU web sitesi, 29.12.2005, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.aclu.org/privacy/spying/23279res20051229.html>
- ACLU (2006a) **Surveillance & Wiretapping**, American Civil Liberties Union/ACLU web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.aclu.org/privacy/spying/index.html>
- ACLU (2006b) **ACLU Ad Calls for Investigation Into President's Surveillance of U.S. Citizens**, American Civil Liberties Union/ACLU web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, < <http://www.aclu.org/safefree/spying/index.html>>
- Akdeniz, Y. (2003) **Beyaz Kitap: İnternet'in Çok Taraflı Yönetimi-Türkiye'deki Politika Yaratma Sürecinin Çağdaşlaşmasına Doğru**, Türkiye Bilişim Vakfı Dizisi: 1, İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Akdeniz (2004) **Türkiye'de Bilgi Edinme Hakkı Kanunu'nun Bakanlıklar Tarafından Uygulanması**, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.bilgiedinnehakki.org/doc/tr_uygulama_rapor.pdf
- Akşam (2005) **Telekulak'ta Patlama**, Akşam Gazetesi web sitesi, 21 Şubat 2005 Pazartesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2005/02/21/politika/politika5.html>
- Aydın, M. D. (2005) "eAvrupa+ ve Türkiye: Bilgi Teknolojileri Alanında Avrupa Birliği Kriterlerine Uyum", **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 23(1), 287-311.
- BBC (2002) **China Blocking Google**, BBC News web sitesi, Pazartesi, 2 Eylül 2002, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/2231101.stm>
- Bensghir, T. K. (1996) **Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim**, Ankara: TODAİE, Yayın No: 274.
- Bildirici, F. (1998) **Gizli Kulaklar Ülkesi**, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Blanchette, J. F. and D. Johnson (1998) "Cryptography, Data Retention, and The Panopticon Society", **Computers and Society**, June.
- Brin, D. (1998) **The Transparent Society**, New York: Addison-Wesley.

- Brown, M. M. and C. Brudney (1998) "A 'Smarter, Better, Faster, and Cheaper' Government", **Public Administration Review**, July/August.
- Cauley, L. (2006) **NSA has Massive Database of Americans' Phone Calls**, USA Today web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.usatoday.com/news/washington/2006-05-10-nsa_x.htm
- CDD (2006) **Center for Digital Democracy**, Dijital Demokrasi Merkezi web sitesi, Son Erişim Tarihi: 11.08.2006, <http://www.democraticmedia.org>
- CODIS (2006) **Combined DNA Index System**, FBI web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.fbi.gov/hq/lab/codis/index1.htm>
- Coşkun, E. (2000) **Küresel Gözaltı: Elektronik Gizli Dinleme ve Görüntüleme**, Ankara: Ümit Yayınları.
- Directive 95/46/EC (1995) **The Protection of Individuals with regard to the Processing of Personal Data and on the Free Movement of Such Data**, 24 Ekim 1995, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.cdt.org/privacy/eudirective/EU_Directive_.html>
- Drucker, P. F. (1994) **Yeni Gerçekler**, Çev. B. Karanakçı, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Drucker, P. F. (2000) **21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları**, Çev. İ. Bahçivangil ve G. Gorbun, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Economist (2000), "Survey: Government and the Internet-Digital democracy", **The Economist** dergisi, 22 Haziran 2000.
- eEurope Project (2000) **eEurope: An Information Society for All**, Avrupa Konseyi Raporu, 23-24 Mart 2000, Lizbon, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/news_library/pdf_files/initiative_en.pdf
- eEurope 2002 Project (2000) **eEurope 2002: An Information Society for All-Action Plan**, Avrupa Konseyi ve Avrupa Komisyonu Raporu, 14.06.2000, Brüksel, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/action_plan/pdf/action_plan_en.pdf
- eEurope 2005 Project (2002) **eEurope 2005: An Information Society for All**, Avrupa Konseyi Raporu, 21-22 Haziran 2002, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://europa.eu.int/information_society/eeurope/2002/action_plan/text_en.htm

- eGovernment (2004) **Top of the Web: User Satisfaction and Usage Survey of eGovernment services**, Avrupa Komisyonu Bilgi Toplumu Genel Müdürlüğü (DG Information Society European Commission) e-Devlet Birimi (eGovernment Unit) için Aralık 2004'te Hazırlanan Rapor, son erişim tarihi: 11.08.2006.
http://europa.eu.int/information_society/activities/egovernment_research/doc/top_of_the_web_report_2004.pdf
- Erkan, H. (1998) **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları No: 326.
- Ersoy, E. (2006) "Gizlilik, Bireysel Haklar, Kişisel Verilerin Korunması", **Akademik Bilişim 2006 Konferansı**, 9-11 Şubat 2006, Pamukkale Üniversitesi, Denizli, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/6.doc>
- FOIA (1966) **Freedom of Information Act**, ABD Bilgi Edinme Özgürlüğü yasası tam metni, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.usdoj.gov/oip/foia_updates/Vol_XVII_4/page2.htm
- Forensic (2006) **What is DNA?** İngiltere İç İşleri Bakanlığı'na bağlı The Forensic Science Service web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.forensic.gov.uk/forensic_t/inside/about/general.htm#9
- Foucault, M. (1979) **Discipline and Punish: The Birth of the Prison**, New York: Vintage Books.
- Fox, S. (2005) **Deep Throat Revealed**, Washington Post web sitesi, 31 Mayıs 2005, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/national/longterm/watergate/front.htm>
- Gmail Privacy Notice (2005) **Gmail Privacy Policy**, 14 Ekim 2005, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://mail.google.com/mail/help/privacy.html>
- Google Gizlilik Merkezi (2006) **Gizlilik Politikası-Sık Sorulan Sorular**, Google web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.google.com/privacy_faq.html>
- Guardian (2006) **Civil liberties fear as US terror suspect list rises to 325,000**,
- The Guardian gazetesi web sitesi, Perşembe, 16 Şubat, 2006, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.guardian.co.uk/usa/story/0,,1710756,00.html>
- Hacker K. L. and J. V. Dijk (2000) **Digital Democracy: Issues of Theory and Practice**, London: Sage Publications.

- Hager, N. (1996) **Secret Power-New Zealand's Role in the International Spy Network**, New Zealand: Craig Potton Publishing.
- Hague, B. N. ve B. D. Loader (1999), **Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age**, Londra: Routledge.
- Hempel, L. ve E. Töpfel (2002) **Inception Report**, Avrupa Birliği Urbaneye Projesi web sitesi, Working Paper 1, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.urbaneye.net/results/ue_wp1.pdf
- Hermida, A. (2002) **Behind China's internet Red Firewall**, BBC News web sitesi, Salı, 3 Eylül 2002, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/2234154.stm>
- HRW (2006) **How Multinational Internet Companies assist Government Censorship in China**, Human Rights Watch (HRW) web sitesi, <http://www.hrw.org/reports/2006/china0806/5.htm>
- Huxley, A. (1989) **Cesur Yeni Dünya**, (çeviren: Ender Gürol), Güneş Yayınları, İstanbul.
- İEM (2006) **MOBESE**, İstanbul Emniyet Müdürlüğü MOBESE web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://mobese.iem.gov.tr/>
- Keefe, P. R. (2006) **Chatter: Uncovering the Echelon Surveillance Network and the Secret World of Global Eavesdropping**, New York: Random House.
- Knox, O. (2006) **Bush seeks political gains from foiled plot**, Yahoo News web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://news.yahoo.com/s/afp/20060810/pl_afp/britainattacksairline_060810185330
- Kugler, S. (2006) **NYC Mayor Advocates U.S. Worker Database**, Breitbart.com web sitesi, 24 Mayıs 2006, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.breitbart.com/news/2006/05/24/D8HQE6B80.html>
- Leblebici, D. N., M. K. Öktem ve M. D. Aydın (2003a) "Türkiye'de Kamu Kesiminde Bilgi Teknolojileri Uygulamaları ve E-Bürokrasi: Örgütsel Dönüşüm Üzerindeki Etkiler", **Kamu Yönetiminde Kalite 3. Ulusal Kongresi**, Ankara: TODAİE, Yayın no: 319, 501-512.
- Leblebici, D. N., M. K. Öktem, M. D. Aydın ve İ. Pekgözlü (2003b) "Bilgi Teknolojileri ve Polis Bilgi Sistemlerinin Etkililiği Üzerine Bir Değerlendirme", **1. Polis Bilişim Sempozyumu**, Ankara: Emniyet Genel Müdürlüğü: 309-313.

- Lehr, W. and F. R. Lichtenberg, Frank R. (1998) "Computer Use and Productivity Growth", **The Journal of Industrial Economics**, June..
- Mann, L., E. Eckert and C. S. Knight (2000) **Global Electronic Commerce: A Policy Primer**, Washington: Institute for International Economics.
- McCahill, M. and C. Norris (2002a) **CCTV in Britain**, Avrupa Birliği Urbaneye Projesi web sitesi, Working Paper No: 3, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.urbaneye.net/results/ue_wp3.pdf
- McCahill, M. and C. Norris (2002b) **CCTV in London**, Avrupa Birliği Urbaneye Projesi web sitesi, Working Paper No: 6, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.urbaneye.net/results/ue_wp6.pdf
- MOBESE (2006) **Mobil Elektronik Sistem Entegrasyonu projesi**, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://mobese.istanbul.pol.tr>
- NCTC (2005) **Report on Reauthorization of the USA Patriot Act**, ABD Temsilciler Meclisine sunulan ve Ulusal Anti Terör Merkezi (National Counterterrorism Center) ile ilgili bilgileri içeren rapor, son erişim tarihi: 11.08.2006, www.fas.org/irp/congress/2005_rpt/hrpt109-174pt2.html
- NCTC (2006) **Values Statement**, ABD'ye ait National Counterterrorism Center web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.nctc.gov/about_us/about_nctc.html
- NDIS (2006) **National DNA Index System Statistics**, FBI web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.fbi.gov/hq/lab/codis/clickmap.htm>
- NDNAD (2006a) **The National DNA Database**, İngiliz Parlamentosu belgeleri, Şubat 2006, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.parliament.uk/documents/upload/postpn258.pdf>
- NDNAD (2006b) **The National DNA Database**, İngiltere'ye ait The Forensic Science Service web sitesi, Şubat 2006, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.forensic.gov.uk/forensic_t/inside/news/docs/NDNAD.doc
- New Scientist (2005) **Will DNA Profiling Fuel Prejudice?**, New Scientist web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.newscientist.com/article.ns?id=mg18624944.900>
- Orwell, G. (1984) **Bin Dokuz Yüz Seksen Dört**, (çeviren: Nuran Akgören), İstanbul: Can Yayınları.

- Öktem, M. K. (2004) “Bilgi Teknolojileri ve Kamu Yönetimi”, U. Ömürganülşen ve M. K. Öktem (der.), **Kamu Yönetimi: Gelişimi ve Güncel Sorunları** içinde, Ankara: İmaj Yayınevi, 139-186.
- Öktem, M. K. ve M. D. Aydın (2005) “Bilgi Teknolojileri ve Türk Kamu Yönetiminde Dönüşüm”, **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 23(2), 257-282.
- Privacy International (2004), **Republic of Turkey**, Uluslararası Mahremiyet Örgütü web sitesi, Türkiye Ülke Raporu, son erişim tarihi: 11.08.2006, [http://www.privacyinternational.org/article.shtml?cmd\[347\]=x-347-83783](http://www.privacyinternational.org/article.shtml?cmd[347]=x-347-83783)
- Pease-Watkin, C. (2003) **Bentham’s Panopticon and Dumont’s Panoptique Bentham Project**, University College London, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.ucl.ac.uk/Bentham-Project/journal/cpwpnan.htm>
- Pincus, W. and D. Eggen (2006) “325,000 Names on Terrorism List: Rights Groups Say Database May Include Innocent People” **Washington Post**, Wednesday, February 15, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/02/14/AR2006021402125_pf.html>
- Privacy Act (1974) **The Privacy Act of 1974**, ABD Mahremiyet Yasası (düzeltilmiş haliyle), son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.cftc.gov/foia/foiprivacyact.htm>
- Richelson, J. T. and D. Ball (1985) **The Ties That Bind: Intelligence Cooperation between the UKUSA Countries**, London: Allen & Unwin.
- Risen, J. ve E. Lichtblau (2005) **Bush Lets U.S. Spy on Callers Without Courts**, New York Times web sitesi, 16.12.2005, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.nytimes.com/2005/12/16/politics/16program.html?ei=5090&en=e32072d786623ac1&ex=1292389200>
- Smith, M. E. (2006) “Let’s Make the DNA Identification Database as Inclusive as Possible”, **The Journal of Law, Medicine & Ethics**, 34 (2), 385-89.
- Stanley J. and B. Steinhardt (2003) **Bigger Monster, Weaker Chains: The Growth of an American Surveillance Society**, American Civil Liberties Union’s (ACLU) Technology and Liberty Program, ACLU web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.aclu.org/FilesPDFs/aclu_report_bigger_monster_weaker_chains.pdf
- Steinhardt, B. (2003) **Technology and Liberty Program on Government Data Mining**, ABD Temsilciler Meclisi Yönetmelik Reform Komitesi Konuşması, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.aclu.org/safefree/general/17262leg20030520.html>

- Telekomünikasyon Kurumu (2006) **10 Ağustos 2006 tarihli Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı toplantısı**, Telekomünikasyon Kurumu web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, http://www.tk.gov.tr/Etkinlikler/Ulusal_Etkinlikler/basin-toplantilari/2006/basin_toplantisi_10.08.2006.htm
- Toffler, A. (1989) **The Third Wave**, New York: Bantam Books.
- Toffler, A. ve H. Toffler (1996) **Yeni Bir Uygarlık Yaratmak: Üçüncü Dalganın Politikası**, (çeviren Zülfü Dicleli), İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Toffler, A. ve H. Toffler (1997) **Geleceği Yeniden Düşünmek: İş Yönetimi, Rekabet, Kontrol, Liderlik, Pazarlar ve Dünya**, Derleyen: R. Gibson, (çeviren: Sinem Gül), İstanbul: Sabah Kitapçılık.
- TÜBA-TÜBİTAK-TTGV (1995) **Enformatik Alanına Yönelik Bilim, Teknoloji ve Sanayi Politikaları Çalışma Grubu Raporu**, Ankara: TÜBİTAK, Mayıs.
- UNDPEPA-ASPA (2001) **Benchmarking e-Government: A Global Perspective**, Birleşmiş Milletler Kamu Ekonomisi ve Kamu Yönetimi Birimi (UNDPEPA) ve Amerikan Kamu Yönetimi Derneği (ASPA) ortak raporu.
- Urbaneye (2006) **On the Threshold to Urban Panopticon?** Urbaneye Projesi web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.urbaneye.net/>
- USDOJ (2006) **Freedom of Information Act**, ABD Adalet Bakanlığı (United States Department of Justice/USDOJ) Bilgi Edinme Özgürlüğü yasası web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.usdoj.gov/04foia/>
- Vocino, T. and J. Rabin (1981) **Contemporary Public Administration**, New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Whitaker, R. (2000) **The End of Privacy**, New York: The New Press, 2000.
- Wilhelm, A. G. (2000) **Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace**, London: Routledge.
- Wong, B. (2002) **China's Internet ban extends to parts of Yahoo search engine**, Asian Observer web sitesi, son erişim tarihi: 11.08.2006, <<http://www.asiaobserver.com/China/China-story5.htm>>
- Zaman (2005) **Meclis Kulislerinde 'Telekulak' Paniği**, Zaman Gazetesi web sitesi, 21.12.2005 Çarşamba, son erişim tarihi: 11.08.2006, <http://www.zaman.com.tr/?hn=239718&bl=politika&trh=20051221>
- Zamyatin, Y. (1986) **Biz**, (çev. Füsün Tülek), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

KAMU YÖNETİMİ İLE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ: BİR BİBLİYOGRAFİK ANALİZ*

Uğur SADIOĞLU**
Mete YILDIZ***

Öz

Bu çalışmada, kullanımı günümüzde hızla yaygınlaşan “bilgi ve iletişim teknolojileri”nin kamu yönetimi alanındaki çeşitli kullanımlarını, diğer bir deyişle büyük ölçüde elektronik devlet alanını konu alan akademik makaleler incelenmiştir. Bu amaçla, bünyelerinde kamu yönetimi eğitimi veren bölümler (kamu yönetimi, siyaset bilimi ve kamu yönetimi) bulunan fakülte (İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi) dergileri ile memurlara kamu yönetimi uzmanlık eğitimi veren TODAİE tarafından yayımlanan 14 ulusal hakemli derginin 1992-2006 yılları arasındaki 15 yılda yayımlanan sayıları taranarak, e-devlet konusundaki yazılar bulunmuş ve bu makalelerin içerikleri incelenmiştir. Bu inceleme öncesinde oluşturulan varsayımlar, inceleme sonucunda ortaya çıkan bulgular ışığında değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulguları, hem sözkonusu alanda yapılmış çalışmaların odaklandığı noktaları, hem de üzerinde yeterince çalışılmamış ve yeni araştırmaların yapılabileceği alanları ayrıntılarıyla tespit etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Bilgi ve iletişim teknolojileri, E-devlet, Kamu yönetimi, Türkiye

Abstract

Public Administration and Communication Technologies: A Bibliographic Analysis

This study presents an inventory of the scholarly articles in the major peer-reviewed journals published by the Economic and Administrative Science

* Bu çalışma, Dr. Mete Yıldız’ın danışmanlığında Uğur Sadioğlu tarafından hazırlanan “Türkiye’de Siyasal Bilimler, İktisadi ve İdari Bilimler ve İşletme Fakülteleri İle Sosyal Bilimler Enstitüleri Tarafından Yayımlanan Akademik Dergilerdeki Bilgi ve İletişim Teknolojileri İle İlgili Makalelerin İncelenmesi (1992- 2005)” başlıklı Haziran 2005 tarihli lisans bitirme ödevinin kısaltılmış ve geliştirilmiş bir biçimidir.

Makaleye katkılarından dolayı yazarlar hakemlere teşekkür ederler.

** Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Beytepe/ANKARA, ugursadi@hacettepe.edu.tr

*** Yrd. Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Beytepe/ANKARA, myildiz@hacettepe.edu.tr

Faculties in Turkey and the Public Administration Institute for Turkey and the Middle East about the topic of the relationship between public administration and information and communication technologies. To this end, 14 national peer-reviewed journals are selected, and the e-government related articles published in these journals from 1992 to 2006 are reviewed. The findings of this review are used for verifying and falsifying the hypotheses which came from a preliminary review of the field, before the actual data-collection effort. The findings of the study show both the coverage and foci of the e-government research in Turkey so far, and future agenda.

Keywords: Information and communication technologies, E-government, Public administration, Turkey.

GİRİŞ

Türkiye Cumhuriyeti, tarihi boyunca “muasır medeniyet” hedefine ulaşma çerçevesinde siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal politikalarını belirlemiştir. Bu hedefe ulaşmak için gelişmiş ülkelerin birçok alandaki politikaları örnek alınmıştır ve alınmaya da devam edilmektedir. Bu hedef çerçevesinde, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki hızlı gelişmelerin takibi ve kullanımı büyük önem kazanmaktadır. Dünyadaki değişime ayak uydurabilmek için değişimin gerekli kıldığı bilgilere ulaşılması ve yeni bilgiler üretilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada, kamu yönetimi alanında yazılmış makalelerin yer aldığı, bünyelerinde kamu yönetimi eğitimi verilen bölümlerin (siyaset bilimi ve kamu yönetimi, kamu yönetimi, vb.) yer aldığı fakülteler (İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri ve Siyasal Bilgiler Fakülteleri) ile Ankara’da faaliyet gösteren ve memurlara kamu yönetimi uzmanlık eğitimi veren Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü (TODAİE) tarafından yayımlanan 14 ulusal hakemli akademik dergide, 1992-2006 yılları arasında yer alan 15 yıllık bir dönemde yayımlanan “bilgi ve iletişim teknolojileri ile kamu yönetimi olgusunun ilişkisi”, diğer bir deyişle, elektronik (e-) devlet konusunda kaleme alınan bilimsel makaleler incelenmektedir. Bu inceleme sonucu elde edilen bulgularla Türkiye’nin bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki kamu yönetimi akademik yazını bir ölçüde taramış ve bu alandaki akademik bilgi üretimi tamamen olmasa da ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada amaçlanan bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımlarının kamu yönetimine yansımaları, yani e-devlet konusunda son 15 yılda yapılan çalışmaları mümkün olduğunca geniş bir çerçeve içinde taramaktır. Bu noktada sistematik bir makale taraması yapmadan önce, genel anlamda kamu yönetimi

alanındaki bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili üretilen akademik bilgiyi inceleyen önceki çalışmalar gözden geçirilmiştir. Bu süreç, çalışmanın varsayımlarının belirlenmesine de katkı sağlamıştır.

Bu amaçla yapılan taramalar sonucunda, Kaya Bensghir'in "Türkiye'de Yönetim Bilişim Sistemleri Disiplininin Gelişimi Üzerine Düşünceler" adlı makalesinde aktarmış olduğu araştırma tespit edilmiştir (Kaya Bensghir, 2002a: 91). Kaya Bensghir'in incelediği bilişim konulu yüksek lisans ve doktora tezleri ile yönetim bilişim sistemleri (YBS) konulu kitaplar sonucunda ortaya koyduğu "2000'li yıllarda bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki akademik yayınların arttığı" iddiası da bu çalışmadaki bir varsayıma yol gösterici olmuştur.

Kaya Bensghir'in çalışması, temel olarak bilgi ve iletişim teknolojileri konulu akademik çalışmaların tarihinin 1980'lere kadar uzanmakta olduğunu ancak özellikle 1990'lı yılların ikinci yarısında bu alandaki çalışmaların hızlandığı tespitini yapmaktadır. Yapılan arşiv taramasında Kaya Bensghir'in çalışmasının bir tekrarı veya benzeri bulunamamış; dolayısıyla daha geniş bir zaman diliminde, benzer anahtar kelimelerle ulusal hakemli 14 akademik derginin son 15 yıl boyunca taranması gibi geniş bir örneklem ile yeni bir çalışma yapma ihtiyacı hissedildiğinden, bu makalede anlatılan çalışma yapılmıştır.

1. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmada kullanılan araştırma yöntemleri hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca, araştırmanın sınırlılıkları nedeniyle yaşanan zorluklar ve bu sınırlılıkların yöntem konusundaki tercihler üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada, içerik analizi¹, atıf analizi² teknikleri kullanılmış ve Lotka Yasası³'nden yararlanılmıştır. Ayrıca çalışmada içerik analizi birimi olarak "makale" alınmış ve bu makalelerin Ek-1'de sunulan Makale Tarama Fişi'nde yer alan kategorilerden hangilerine ait olduğu bulunmuştur.

Araştırmanın planlama aşamasında, araştırmanın başarılı olması ve daha dar alanda çalışılarak daha ayrıntılı verilere ulaşılması amacıyla çalışma için belirli sınırlar belirlenmiştir. Bunlar, konuyla ilgili incelenen dergilerin akademik ve hakemli olması, dergilerin yayım süresinin incelenen dönemin (1992- 2006) en azından yarısına yakını (%40 ve üstü) kapsamı, dergilerdeki yazıların araştırmacıların bildikleri dillerde (Türkçe ve İngilizce) olması ve son olarak zaman ve enerji sınırlılığı şeklinde özetlenebilir.

Araştırmanın evrenini ve örneklemini belirleme aşamasında bazı güçlüklerle karşılaşmıştır. Öncelikle basılı dergilerin incelenmesi tercih

edildiğinden, Küçük, Al ve Olcay (2007) tarafından sayısı toplam 253 olarak tespit edilen elektronik dergiler araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Sadece basılı dergiler üzerinde yoğunlaşıldığında bile evreni belirleme sorunu sürmektedir. Bu amaçla Kozak'ın (2003) "Türkiye'de Yayınlanan Akademik Dergiler" eserinden faydalanılmıştır. Bu alandaki başka bir kaynak olan ULAKBİM'in sosyal bilimler alanında oluşturduğu ulusal hakemli dergiler listesinde ise, 2007 yılı Eylül ayı itibarıyla 92 yayının yer aldığı tespit edilmiştir. Kozak'ın kitabı ve ULAKBİM listesinde yer alan tüm dergileri taramanın mümkün olmaması ve ULAKBİM listesinin de yarıya yakınının üniversite kaynaklı dergilerden oluştuğundan hareketle, çalışmaya temel oluşturacak örneklemin kamu yönetimi alanında faaliyet gösteren fakültelerin ve TODAİE gibi kuruluşların yayımladığı dergilerden seçilmesine karar verilmiştir. Örneklemin aldığı son şekli ise aşağıda da bahsedilen zaman ve kaynak sınırlılıkları belirlemiştir. Diğer bir deyişle, çalışmanın yapıldığı şehirdeki (Ankara) üniversite (Bilkent, Hacettepe, Gazi, ODTÜ ve Ankara) ve kamu kurumu (Milli Kütüphane ve TODAİE) kütüphanelerinde erişilebilen dergiler örnekleme alınmıştır. Sonuç olarak, çalışmanın üniversitelerin kamu yönetimi eğitimi veren fakülte ve enstitülerinin dergileri ile TODAİE dergileri incelenerek yapılmasına karar verilmiştir. Örneklemin çalışmanın sınırlılıkları dahilinde şekillenmesi nedeniyle bu çalışmada Türkiye'de "bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu yönetimine yansımaları", ya da "e-devlet" alanında yapılmış tüm yayınların tarandığı iddiasında bulunulmamaktadır. Yine de yukarıda anlatılan şartlar altında, alana katkı sağlayan kapsamlı bir inceleme yapılmıştır.

Bu nedenlerle Ankara'daki üniversite kütüphaneleri (Hacettepe, ODTÜ, Gazi Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi SBF kütüphaneleri) TODAİE kütüphanesi ve Milli Kütüphane dermeleri taranmıştır. Ayrıca üniversite Web sayfaları yoluyla yayımlanmış dergilerine ulaşılabilen üniversite dergileri örneklem kapsamına alınmıştır. Böylece araştırmamızın örneklem seçim süreci, sekiz farklı şehirdeki (alfabetik olarak Ankara, Antalya, Bursa, Erzurum, Eskişehir, Kayseri, İstanbul ve İzmir) üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler ve Siyasal Bilgiler Fakülteleri Dergileri (Ayrıntılı bilgi için bakınız Çizelge 1) ve TODAİE tarafından yayımlanmakta olan üç dergi (Amme İdaresi Dergisi, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi ve Turkish Public Administration Annual) ile sınırlanmıştır. İncelenen toplam dergi sayısı 14'tür.

Makale seçiminde kullanılan "bilgi ve iletişim teknolojileri" ve "kamu yönetimi" ile ilgili olma ölçütlerinin ikincisini bu noktada biraz daha ayrıntılı olarak açıklamak gereklidir: Bir makalenin "kamu yönetimi" konusunda olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla şu sorulara yanıt aranmıştır: Makalenin konusu kamu parasının kullanımı, kamu kuruluşları, kamu politikaları, kamu yararı, kamu hizmetleri, kamu yatırımları, yasal düzenlemeler vb. konular ile

mi ilgilidir? Bu soruların yanıtlarının olumlu olduğu durumlarda, makalenin konusunun kamu yönetimi alanı ile ilgili olduğu yargısına ulaşılmıştır.

Çizelge-1: Araştırmada İncelenen Dergiler

Dergi Adı (Ve Yayımlayan Kurum)	Kısaltma	İncelenen Tarih Aralığı	Yayımlandığı Yer
Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi	AKÜ İİBFD	2001-2006* (6 yıl)	Antalya
Amme İdaresi Dergisi (TODAİE)	AİD	1992-2006 (15 yıl)	Ankara
Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi	ANÜ İİBFD	1992-1994, 1997-2003 (10 yıl)	Eskişehir
Ankara Üniversitesi SBF Dergisi	AÜ İİBFD	1992-2006 (15 yıl)	Ankara
Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi	ATÜ İİBFD	1992-1995, 1997-2000, 2002-2006 (13 Yıl)	Erzurum
Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi (TODAİE)	ÇYYD	1992-2006 (15 yıl)	Ankara
Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi	DEÜ İİBFD	1992-2005 (14 yıl)	İzmir
Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi	EÜ İİBFD	1993-1995, 1998-2004 (10 yıl)	Kayseri
Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi	GÜ İİBFD	1992-1996, 1999-2006 (13 yıl)	Ankara
Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi	HÜ İİBFD	1992-2006 (15 yıl)	Ankara
İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi	İÜ SBF	1993, 2000-2006 (8 yıl)	İstanbul
ODTÜ Gelişme Dergisi	ODTÜ GD	1992-2006 (15 yıl)	Ankara
Turkish Public Administration Annual (TODAİE)	TPAA	1992-2005**(14 yıl)	Ankara
Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi	UÜ İİBFD	1992-2003** (12 yıl)	Bursa

TOPLAM: 14 Dergi

* Dergi ilk kez 2001 yılında yayımlanmaya başlamıştır.

** Eylül 2007 itibarıyla henüz 2006 sayısı çıkmamıştır.

*** 2003-2006 yılları arasında dergi yayımlanmamıştır.

Çizelge 1'de de görüldüğü gibi, incelemede yararlanılan dergiler sekiz farklı ildeki kurumlar tarafından yayımlanmaktadır. Bu örneklem seçimiyle, Ankara, İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerdeki nispeten daha köklü ve

tanınmış üniversitelere mensup araştırmacılar kadar Antalya, Bursa, Erzurum, Eskişehir ve Kayseri'deki akademisyenlerin ve bu şehirlerde yayımlanan dergilere eserlerini gönderip de diğer küçük şehirlerdeki üniversitelerde (Niğde, Sivas Cumhuriyet, Zonguldak Karaelmas Üniversiteleri vb.) görev yapan akademisyenlerin de eserlerine ulaşmak amacı güdülmüştür. Bu süreçte Çizelge 1'de sıralanan 14 dergide 15 yıl boyunca yayımlanmış makalelerden ulaşabildiklerimiz içerisinde toplam 4327 makale taranmış ve seçilme ölçütlerine uyan 80 makale tespit edilmiştir. Söz konusu 80 makalenin hangi dergilerde ve hangi yıllarda yayımlandığı ayrıntılı bir şekilde Ek-2'de, makale künyelerinin listesi ise Ek-3'te sunulmuştur.

İncelenen toplam 80 adet makalenin okunması sonucu elde edilen veriler ile, önce tüm verilerin yer aldığı genel tablolar oluşturulmuş, daha sonra da aşağıdaki varsayımların sınanmasında kullanılabilecek verilerin yer aldığı çizelgeler oluşturulmuştur.

1. Makaleler, ağırlıklı olarak kamu yönetimi odaklı olan TODAİE dergilerinde yayımlanmaktadır.
2. Makaleler, ağırlıklı olarak 2000 yılından sonra yayımlanmıştır.
3. Makalelerin çoğu, sınırlı sayıdaki uzman kişiler tarafından yazılmıştır.
4. Makalelerin çoğu, akademisyenler tarafından kaleme alınmıştır.
5. Makalelerin yayımlandığı dergilerin bağlı bulunduğu kurumlar, makale içeriklerini belirlemiştir.
6. Makalelerin çoğunda "yazın taraması/ derlemesi" yöntemi kullanılmıştır.
7. Makalelerin çoğunda yönetim birimi olarak yerel yönetimler incelenmiştir.
8. Makalelerin çoğunda yönetim organı olarak yürütme incelenmiştir.
9. Akademisyenlerin yazdığı makalelerin genel yönelimi kuram oluşturma yönündedir.
10. Makalelerin çoğunda kuramsal yaklaşım olarak "yeni kamu işletmeciliği" yaklaşımı kullanılmıştır.
11. Makalelerin çoğunda konu odağı sadece teknolojidir.
12. Makaleler yazılırken daha çok yabancı kaynaklardan yararlanılmıştır.
13. Makaleler daha çok İnternet kaynaklarından yararlanılarak yazılmıştır.

2. BULGULAR

Bu bölümde tüm makalelerin incelenmesi sonucu elde edilen veriler, tablolar halinde sunularak yukarıda sıralanan varsayımlar veriler yardımıyla sınanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, varsayımların sırasına göre sunulacak olursa, aşağıda gösterilen Çizelge 2’deki bulgular, birinci varsayımı doğrular nitelikte, özelde “e-devlet” ve genelde “bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu yönetiminde kullanımı” konularında yazılan makalelerin, dergi dağılımına oranla ağırlıklı olarak TODAİE dergilerinde yayımlanmış olduğunu göstermektedir.

Çizelge-2: Makale Sayısına Göre Dergilerin Karşılaştırılması

Dergi İsmi	Makale Sayısı
Amme İdaresi Dergisi	15
Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi	11
Ankara Üniversitesi SBF Dergisi	10
Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi	9
Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi	7
İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi	6
Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi	5
Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi	4
ODTÜ Gelişme Dergisi	4
Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi	3
Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi	2
Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi	2
Turkish Public Administration Annual	2
Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi	0
TOPLAM	80

Çizelge 2’ye bakıldığında, 80 makale içinden 28 adet makalenin (%35) TODAİE dergileri olan Amme İdaresi Dergisi (15), Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi (11) ve Turkish Public Administration Annual’da (2) yayımlandığı görülmektedir. İncelenen makalelerin üçte birinin incelenen 14 derginin üçünde (%21) yayımlanması, çalışmanın ilk varsayımı olan “Makaleler, ağırlıklı olarak kamu yönetimi odaklı olan TODAİE dergilerinde yayımlanmaktadır.” varsayımını kısmen doğrulamaktadır.

Aşağıda, “Makaleler ağırlıklı olarak 2000 yılından sonra yayımlanmıştır” şeklindeki ikinci varsayımla ilgili olarak incelenen makalelerin yayımlanma tarihleri hakkında elde edilen veriler, Çizelge 3’te sunulmuştur.

Çizelge-3: Makalelerin Yayınlanma Tarihlerine Göre Karşılaştırılması

Makalenin Yayın Tarihi	Makale Sayısı
1992	3
1993	3
1994	4
1995	3
1996	0
1997	5
1998	3
1999	6
2000	11
2001	15
2002	10
2003	2
2004	4
2005	7
2006	4
Toplam	80

Yukarıda Çizelge 3'te de görüldüğü gibi, incelenen 80 makalenin 53'ü (%66) 2000 yılı ve sonrasında yayımlanmıştır. Bu rakam bize 2000–2006 tarihleri arasındaki yedi yıllık zaman diliminde yayımlanan bilgi ve iletişim teknolojileri konulu makalelerin 1992–1999 yılları arasındaki yedi yıllık zaman diliminde aynı konuda yayımlanan makalelerin iki katı kadar olduğunu göstermektedir. Bu analizde 1992 tarihinin esas alınmasının nedeni, Türkiye’de İnternet kullanımının 1993 yılında başlamış olmasıdır. 1992 yılı bunun hazırlık evresidir ve bu tarihten itibaren bilgi ve iletişim teknolojileri konusu kamu yönetimi alanında giderek artan bir oranda incelenmeye başlanmıştır. Ancak Türkiye’de bu teknolojilerin daha yoğun ve gelişmiş ülkelerle yaklaşan yaygınlıkta kullanımı 2000 yılı ve izleyen yıllara dayanmaktadır. Özellikle 2000 yılında yayımlanmış makale sayısı (11) diğer yıllara göre farklılığını ve bu tarihin bir kırılma noktası olduğunu göstermektedir. Bu oran da “2000 yılından itibaren bu konuda yayımlanan makalelerin sayısındaki artış ile bu teknolojilerin kullanım oranındaki artış arasında bir bağlantı gösteriyor” yorumu yapılabilir.

“Makalelerin çoğu sınırlı sayıdaki uzman kişiler tarafından yazılmıştır” şeklinde oluşturulan üçüncü varsayımın sınanması için aşağıda Çizelge 4’te sunulan verileri kullanmak olanaklıdır. Bu çizelgede makale yazarları ile bu yazarların yazmış olduğu makale sayıları arasındaki ilişkiler hakkında bilgi verilmiştir.

Çizelge-4: Yazarların Yazdıkları Makale Sayılarına Göre Karşılaştırılması

Yazar Adı	Makale Sayısı	Yazar Adı	Makale Sayısı
Türksel K. BENSGHİR	20	Neslihan LELOĞLU	1
Mete YILDIZ	5	Namık Kemal ÖZTÜRK	1
Üstün ÖZEN	4	Nagehan T. ARSLAN	1
Vahap TECİM	2	Naci GÜNDOĞAN	1
Ramazan GÖKPINAR	2	Mustafa GÜNEŞ	1
Nurcan TÖRENLİ	2	Mustafa ERSUNGUR	1
Mehmet D. AYDIN	2	Murat H. ALTINTAŞ	1
İhsan YÜKSEL	2	Metin KOZAK	1
Aysan ŞENTÜRK	2	Mehmet KARAHAN	1
Zeynep ONAY	1	Mehmet C. MARIN	1
Yaşar SARI	1	M. Kemal ÖKTEM	1
Veysel EREN	1	İsmail TUNCER	1
Veysel BOZKURT	1	İlkay SAVCI	1
Verda Canbay ÖZGÜLER	1	Hasan BAKIR	1
Üzeyme DOĞAN	1	Hamza ÇEŞTEPE	1
Ümit ÖZDAĞ	1	Fikret ŞENSES	1
Ümit ATABEK	1	Figen DALYAN	1
Uğur YAVUZ	1	Ferit İZCİ	1
Ufuk DURNA	1	Fatma KOCABAŞ	1
Tülin ÖNGEN	1	Erol TAYMAZ	1
Sibkat KAÇTIOĞLU	1	Enver ÖZKALP	1
Seyit KÖSE	1	Emre TEKER	1
Şevkinaz GÜMÜŞOĞLU	1	Emine T. KAPLAN	1
Şevket TÜYLÜOĞLU	1	E. Elif YÜCETÜRK	1
Selim ŞANLISOY	1	Doğan N. LEBLEBİCİ	1
Selçuk KARAMAN	1	Burak BEYHAN	1
Seha SELEK	1	Bo CARLSSON	1
Sacide VURAL	1	Aykut POLATOĞLU	1
S. Alev SÖYLEMEZ	1	Aslı AKAY	1
Özcan KARAHAN	1	Ahmet UTKUSEVEN	1
Oya TOKGÖZ	1	Ahmet ALABACAK	1
Oya KARACA	1	Adnan Gerçek	1
Nurhan ŞAKAR	1	Adem ANBAR	1
Nisfet UZAY	1		
TOPLAM: 67 YAZAR			

Çizelge 4'te de görüldüğü gibi, konuyla ilgili 1992-2006 tarihleri arasında yayımlanan 80 makale, toplam 67 yazar tarafından kaleme alınmıştır. Bu makalelerin künyeleri, çalışmanın sonunda Ek-2'de sıralanmıştır. Birer yazar (yazarların %1.5er'i) 20, 5 ve 4 makaleye; 6 yazar (yazarların %9'u)

ikişer makaleye, kalan 58 yazar (yazarların %87'si) da birer makaleye katkı vermişlerdir. Bu durum Lotka Yasası'na uymamaktadır.

İncelenen 80 makalenin 62'si (%77.5) tek yazarlıdır. Makalelerin 17'sinin (%20) iki⁴, bir makalenin (%2.5) de üç yazarı⁵ vardır. Toplam 14 derginin incelenmesi sonucunda, yazarlar ile yazdıkları makale sayıları arasındaki ilişkilere baktığımızda “bilgi ve iletişim teknolojileri” ve “kamu yönetimi” konusunda makale yazarlarının sayısının az olduğu ve belirli yazarların bu konuda yoğunlaştığı ve uzmanlaştığı görülmektedir.

Amme İdaresi Dergisi, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi ve Turkish Public Administration Annual'da bilgi ve iletişim teknolojileri ile kamu yönetimi ilişkisi ile ilgili yayımlanmış makalelerin çoğu, Türksel Kaya Benschir tarafından yazılmıştır. Söz konusu üç dergi açısından baktığımızda, Kaya Benschir bu konudaki makalelerin %71'ini (28 makaleden 20'sini) yazmıştır. Bu çalışmanın örneklemini oluşturan toplam 14 dergi açısından baktığımızda, Kaya Benschir toplam 80 makalenin 20'sini (%25) kaleme almıştır.

Örnekleme teşkil eden 14 derginin incelenmesine devam edildiğinde, toplam 67 yazardan 58'inin (%87) bilgi ve iletişim teknolojileri ile kamu yönetimi ilişkisi konusunda bu çalışmada incelenen dergilerde birer makale yazdığını görmekteyiz. Tüm bu veriler “Makalelerin çoğu sınırlı sayıdaki belli kişiler tarafından yayımlanmıştır” şeklindeki üçüncü varsayımı doğrulamaktadır.

Aşağıda Çizelge 5'te sunulan veriler, çalışmanın dördüncü varsayımı olan “Makalelerin çoğu akademisyenler tarafından yayımlanmıştır” varsayımının doğrulanma veya yanlışlanmasında kullanılabilir. Bu çizelgede makale yazarları, yazıları kaleme alındığı ve/veya yayımlandığı zaman çalışmakta oldukları kurumlara göre sıralanmışlardır.

Çizelge-5: Makale Yazarlarının Çalıştıkları Kurumlar*

Yazar Adı	Çalıştığı Kurum**	Yazar Adı	Çalıştığı Kurum
Türksel K. Bensghir	TODAİE	Neslihan Leloğlu	Polat Renaissance Erzurum Hotel
Mete Yıldız	Hacettepe Üniversitesi	Namık Kemal Öztürk	Muğla Üniversitesi
Üstün Özen	Atatürk Üniversitesi	Nagehan T. Arslan	Cumhuriyet Ü.
Vahap Tecim	Dokuz Eylül Ü.	Naci Gündoğan	Anadolu Üniversitesi
Ramazan Gökpınar	Celal Bayar Ü.	Mustafa Güneş	Dokuz Eylül Ü.
Nurcan Törenli	Ankara Üniversitesi	Mustafa Ersungur	Atatürk Üniversitesi
Mehmet D. Aydın	Hacettepe Üniversitesi	Murat H. Altıntaş	Uludağ Üniversitesi
İhsan Yüksel	Kırıkkale Üniversitesi	Metin Kozak	Muğla Üniversitesi
Aysan Şentürk	Uludağ Üniversitesi	Mehmet Karahan	İnönü Üniversitesi
Zeynep Onay	ODTÜ	Mehmet C. Marin	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Yaşar Sarı	Muğla Üniversitesi	M. Kemal Öktem	Hacettepe Üniversitesi
Veysel Eren	Niğde Üniversitesi	İsmail Tuncer	Mersin Üniversitesi
Veysel Bozkurt	Uludağ Üniversitesi	İlkay Savcı	Ankara Üniversitesi
Verda Canbay Özgüler	Anadolu Üniversitesi	Hasan Bakır	Anadolu Üniversitesi
Üzeyme Doğan	Dokuz Eylül Ü.	Hamza Çeştepe	Zonguldak Karaelmas Üniversitesi
Ümit Özdağ	Gazi Üniversitesi	Fikret Şenses	ODTÜ
Ümit Atabek	Akdeniz Üniversitesi	Figen Dalyan	Anadolu Üniversitesi
Uğur Yavuz	Atatürk Üniversitesi	Ferit İzci	Cumhuriyet Ü.
Ufuk Durna	Niğde Üniversitesi	Fatma Kocabaş	Anadolu Üniversitesi
Tülin Öngen	Ankara Üniversitesi	Erol Taymaz	ODTÜ
Sibkat Kaçtıoğlu	Atatürk Üniversitesi	Enver Özkalp	Anadolu Üniversitesi
Seyit Köse	Abant İzzet Baysal Ü.	Emre Teker	Armada Bilgisayar Sistemleri
Şevkinaz Gümüşoğlu	Dokuz Eylül Ü.	Emine T. Kaplan	Gazi Üniversitesi
Şevket Tüylüoğlu	Zonguldak Karaelmas Üniversitesi	E. Elif Yüçetürk	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Selim Şanlısoy	Dokuz Eylül Üniversitesi	Doğan N. Leblebici	Hacettepe Üniversitesi
Selçuk Karaman	Atatürk Üniversitesi	Burak Beyhan	ODTÜ
Seha Selek	Dokuz Eylül Ü.	Bo Carlsson	Case Western Reserve University
Sacide Vural	Anadolu Üniversitesi	Aykut Polatoğlu	ODTÜ
S. Alev Söylemez	Gazi Üniversitesi	Aslı Akay	TODAİE
Özcan Karahan	Balıkesir Üniversitesi	Ahmet Utkuseven	Celal Bayar Ü.
Oya Tokgöz	Ankara Üniversitesi	Ahmet Alabacak	Dokuz Eylül Ü.
Oya Karaca	Reysas Bilgi İşlem Sistemleri A.Ş.	Adnan Gerçek	Uludağ Üniversitesi
Nurhan Şakar	Anadolu Üniversitesi	Adem Anbar	Uludağ Üniversitesi
Nısfet Uzay	Erciyes Üniversitesi		

Toplam: 67 Yazar

* Yazarlar Çizelge 4'te yapıldığı gibi yazdıkları makale sayısına göre sıralanmışlardır.

** Makalenin yazıldığı ve/veya yayımlandığı tarih itibarıyla makale yazarının çalıştığı kurumu göstermektedir.

Çizelge 5'teki veriler ışığında dördüncü varsayım doğrulanmıştır. Bu durumun nedeni, incelenen 14 derginin de üniversite ve diğer eğitim-öğretim kurumları tarafından yayımlanmakta olmasıdır. Çizelge 5'te 67 yazardan sadece üç tanesinin (%4) üniversitelerde veya TODAİE'de görev yapmadığı, bu üç yazarın da incelenen makalelerini birer akademisyen ile ortaklaşa olarak kaleme aldıkları görülmektedir.

Aşağıda sunulan Çizelge 6'da bu çalışmada incelenen makalelerin yazarları, kurumsal aidiyet durumunu daha rahat görmek için çalıştıkları kurumun adına göre alfabetik olarak sıralanmıştır. Bu çizelgedeki veriler göstermektedir ki, taranan 80 tane makale, üçü özel sektör firması olmak üzere 26 farklı kurumun çalışanlarıca yazılmıştır. Taranan 14 dergi içinde 26 farklı kurumdaki yazar olması da makalede seçilen örneklemin temsil gücünü arttırmaktadır.

Taranan makalelerden sekizi Anadolu Üniversitesi'ne, yedisi Dokuz Eylül Üniversitesi'ne, beşer tanesi Atatürk, Orta Doğu Teknik ve Uludağ Üniversiteleri'ne ve dörder tanesi de Ankara ve Hacettepe Üniversiteleri'ne mensup akademisyenler tarafından yazılmıştır. Bu üniversiteleri sıralamada Muğla (3 yazar), Abant İzzet Baysal, Celal Bayar, Cumhuriyet, Gazi, Niğde ve Zonguldak Karaelmas Üniversiteleri ile TODAİE (2 yazar) izlemektedir. Geri kalan kurumların çalışanları ise incelenen konuda birer makale yazmışlardır. Sonuç olarak, incelenen makalelerin yazarlarının %96'sının akademisyen olması, dördüncü varsayımı doğrulamaktadır.

Beşinci varsayım, "Makalelerin yayımlandığı dergilerin bulunduğu kurumlar, makale içeriklerini belirlemiştir" şeklindedir. Bu konu, diğer varsayımlar ile elde edilen verilerin karşılaştırılması sonucu yapılacak açıklamalar ile daha iyi anlaşılacaktır.

Bu çalışmada incelenen makalelerin yazarları ile ilgili varsayımlardan sonra, yine aynı makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerinin incelenmesine geçilebilir. Çizelge 7'de sunulan veriler yardımıyla "Makalelerin çoğunda 'yazın taraması/derlemesi yöntemi' kullanılmıştır" şeklinde ifade edilmiş olan altıncı varsayım sınanabilir.

Çizelge-6: Makale Yazarlarının Çalıştıkları Kurumların Alfabetik Olarak Sunumu*

Yazar Adı	Çalıştığı Kurum	Yazar Adı	Çalıştığı Kurum
Seyit Köse	Abant İzzet Baysal Ü.	Nisfet Uzay	Erciyes Üniversitesi
E. Elif Yüccetürk	Abant İzzet Baysal Ü.	Ümit Özdağ	Gazi Üniversitesi
Ümit Atabek	Akdeniz Üniversitesi	S. Alev Söylemez	Gazi Üniversitesi
Verda Canbay	Anadolu Üniversitesi	Emine T. Kaplan	Gazi Üniversitesi
Özgüler			
Sacide Vural	Anadolu Üniversitesi	Mete Yıldız	Hacettepe Üniversitesi
Nurhan Şakar	Anadolu Üniversitesi	Mehmet D. Aydın	Hacettepe Üniversitesi
Naci Gündoğan	Anadolu Üniversitesi	M. Kemal Öktem	Hacettepe Üniversitesi
Hasan Bakır	Anadolu Üniversitesi	Doğan N. Leblebici	Hacettepe Üniversitesi
Figen Dalyan	Anadolu Üniversitesi	Mehmet Karahan	İnönü Üniversitesi
Fatma Kocabaş	Anadolu Üniversitesi	Mehmet C. Marın	Kahramanmaraş Sütçü İmam Ü.
Enver Özkalp	Anadolu Üniversitesi	İhsan Yüksel	Kırıkkale Üniversitesi
Nurcan Törenli	Ankara Üniversitesi	İsmail Tuncer	Mersin Üniversitesi
Tülin Öngen	Ankara Üniversitesi	Yaşar Sarı	Muğla Üniversitesi
Oya Tokgöz	Ankara Üniversitesi	Namık Kemal Öztürk	Muğla Üniversitesi
İlkay Savcı	Ankara Üniversitesi	Metin Kozak	Muğla Üniversitesi
Emre Teker	Armada Bilgisayar Sistemleri	Veysel Eren	Niğde Üniversitesi
Üstün Özen	Atatürk Üniversitesi	Ufuk Durna	Niğde Üniversitesi
Uğur Yavuz	Atatürk Üniversitesi	Zeynep Onay	ODTÜ
Sibkat Kaçtıoğlu	Atatürk Üniversitesi	Fikret Şenses	ODTÜ
Selçuk Karaman	Atatürk Üniversitesi	Erol Taymaz	ODTÜ
Mustafa Ersungur	Atatürk Üniversitesi	Burak Beyhan	ODTÜ
Özcan Karahan	Balıkesir Üniversitesi	Aykut Polatoğlu	ODTÜ
Bo Carlsson	Case Western Reserve University	Neslihan Leloğlu	Polat Renaissance
Ramazan Gökpınar	Celal Bayar Ü.	Oya Karaca	Erzurum Hotel Reysas Bilgi İşlem Sistemleri A.Ş.
Ahmet Utkuseven	Celal Bayar Ü.	Türksel K. Bensghir	TODAİE
Nagehan T. Arslan	Cumhuriyet Ü.	Aslı Akay	TODAİE
Ferit İzci	Cumhuriyet Ü.	Aysan Şentürk	Uludağ Üniversitesi
Vahap Tecim	Dokuz Eylül Ü.	Veysel Bozkurt	Uludağ Üniversitesi
Üzeyme Doğan	Dokuz Eylül Ü.	Murat H. Altıntaş	Uludağ Üniversitesi
Şevkinaz Gümüšoğlu	Dokuz Eylül Ü.	Adnan Gerçek	Uludağ Üniversitesi
Selim Şanlısoy	Dokuz Eylül Ü.	Adem Anbar	Uludağ Üniversitesi
Seha Selek	Dokuz Eylül Ü.	Şevket Tüylüoğlu	Zonguldak Karaelmas Üniversitesi
Mustafa Güneş	Dokuz Eylül Ü.	Hamza Çeştepe	Zonguldak Karaelmas Üniversitesi
Ahmet Alabacak	Dokuz Eylül Ü.		

Toplam: 67 Yazar, 26 Kurum

*Makalenin yazıldığı ve/veya yayımlandığı tarih itibarıyla makale yazarının çalıştığı kurumu göstermektedir.

Çizelge-7: Makalelerde Kullanılan Araştırma Yöntemlerinin İncelenmesi

Dergi İsmi	Makale Sayısı	Makalenin İçeriği							
		Makalelerde Kullanılan Araştırma Yöntemleri*							
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8**
AİD	15		2		4	1	6	2	
AKÜ İİBFD	2						1		1
ANÜ İİBFD	3				1			1	1
ATÜ İİBFD	5				1	3		1	
AÜ SBFD	10	1		1	3	1	2	2	
ÇYYD	11					11			
DEÜ İİBFD	7	1					2	4	
EÜ İİBFD	0								
GÜ İİBFD	2				1		1		
HÜ İİBFD	4				3	1			
İÜ SBFD	6	2	2				2		
ODTU GD	4	1			2			1	
TPA	2						2		
UÜ İİBFD	9			1	7		1		
TOPLAM	80	5	4	2	22	17	17	11	2

* D1: Belge ve Mevzuata Dayanan Makaleler

D2: İstatistiklere Dayanan Makaleler

D3: Literatür Taraması/Derleme

D4: D1,D2 ve D3 Kategorilerinden Birden Çoğunu veya Tümünü Kullanan Makaleler

D5: İlk Elden Toplanan Veriler (Anket, Mülakat, Gözlem, Soru Kağıdı vb.)

D6: Kuramsal Makaleler

D7: Örnek Olay Çalışması

D8: Diğer (Kodlama konusunda ayrıntılı bilgi için bakınız: Ek 1: Makale Tarama Fişi Örneği).

** D8: Diğer kategorisinde değerlendirilen makaleler sırasıyla: Akdeniz

Üniversitesi İİBF Dergisi'nde bir makale "Teknik Bilgilendirme"; Anadolu

Üniversitesi İİBF Dergisi'nde bir makale "Teknoloji Tanıtımı" şeklindedir.

Çizelge 7 incelendiğinde, toplam 80 makaleden 17'sinin kuramsal nitelikte olduğu, yine 17'sinin ilk elden toplanan veriler ile yazıldığı, 22 makalede birden fazla araştırma yöntemi kullanıldığı, 11 çalışmanın örnek olay çalışması olduğu, beş makalenin belge ve mevzuata, dört çalışmanın ise istatistiksel analizlere dayandığı ve son olarak iki tanesinin de yazın (literatür) taraması yöntemi ile yazıldığı görülmektedir. Diğer bir deyişle, toplam 80 makale içerisinde %27.5'lik bir oranda birden fazla araştırma yöntemi kullanımı tespit edilmiştir. Bu durum birden fazla yöntemin titiz bir şekilde kullanılarak verilere erişilmesinin sonuçların iç ve dış tutarlılığını artırması

anlamında olumlu bir gelişmedir. Bunu %21’erlik oranlarla “kuramsal makaleler”⁶ ve ilk elden toplanan veriler ile yazılan makaleler izlemektedir. Bu veriler, altıncı varsayım olan “makalelerin çoğunda ‘yazın taraması/derlemesi yöntemi’ kullanılmıştır” ifadesini yanlışlamaktadır.

Araştırmalarda sırf bir kuramın sunulduğu tanımlayıcı bir tarzla yetinilmeyip, taranan makalelerin %21’inde kuramların bulunduğu varsayımları doğrulama veya yanlışlamaya yönelik alan araştırmaları yapılmıştır. Bu bulguya “Akademisyenlerin yazdığı makalelerin genel yönelimi kuram oluşturma yönündedir” olarak ifade edilmiş dokuzuncu varsayımdan yararlanılarak açıklık getirilmiştir. Araştırma yöntemi konusundaki Çizelge 8’de sunulan veriler, bu varsayımın sınanmasında kullanılmıştır. Bu durum, dokuzuncu varsayımın sınanmasını anlatan bölümde daha ayrıntılı bir biçimde işlenmiştir.

Varsayımların incelenme sırası takip edilecek olunursa, “Makalelerin çoğunda yönetim birimi olarak yerel yönetimler incelenmiştir” şeklinde tanımlanan yedinci varsayımın sınanması Çizelge 8’de sunulan bulgular ışığında yapılmıştır.

Çizelge 8 incelediğinde, toplam 80 makalenin içerik incelemesi sonucunda, konuların yönetim birimleri ölçeğinde dengeli dağıldığı görülmektedir. Kamu yönetimi temaları açısından bakılacak olunursa, incelenen makalelerin 23 tanesi (%29) merkezi yönetim, 13 tanesi (%16) de yerel yönetimler odaklı makalelerdir. Ülkemizin yönetim sisteminde merkezi yönetimin kaynak, yetki ve personel olarak ağırlığının yerel yönetimlere kıyasla çok daha fazla olduğu göz önüne alındığında bu durum, Türkiye örneğinde iki temel kamu yönetimi birimi ile ilgili yazılan makaleler arasında eşit olmasa da uygulamayı yansıtan bir denge olduğunu göstermektedir. Çizelge 8’de dikkati çeken bir başka nokta da e-devlet konusunun uluslararası yönünün giderek daha fazla ilgi çekmesidir. Nitekim incelenen 80 makalenin 9’u (%11) yönetim birimi ölçeği olarak “uluslararası” boyutu seçmiştir. Türkiye’nin kamu politikalarında, toplumsal ve siyasal alanda Avrupa Birliği’nden, ekonomik alanda da Dünya Bankası, IMF gibi uluslararası kuruluşlardan yoğun bir biçimde etkilendiği günümüzde e-devlet konusunun da bu gelişmelerden etkilenmesi ve bu etkinin akademik çalışmalara konu olması, sanırım şaşırtıcı değildir.

Çizelge-8: Makalelerin Odaklandığı Yönetim Birimi Ölçeğine Göre İncelenmesi

Dergi İsmi*	Makale Sayısı	Makalenin İçeriği								
		Yönetim Birimi Ölçeği								
		Uluslar arası	Merkezi Yönetim	Yerel Yönetim	Yönetimler arası	Sektörler arası	Birey	Sivil Toplum	Üniversite	Diğer
AİD	15	1	6		1	4			1	2**
AKÜİİBFD	2					1			1	
ANÜİİBFD	3	1				1			1	
ATÜ İBFD	5					2	2		1	
AÜ SBFD	10	1	3			2	1	3		
ÇYYD	11			11						
DEÜİİBFD	7		2	1		4				
GÜ İİBFD	2	1	1							
HÜ İİBFD	4	1	1		1		1			
İÜ SBFD	6	1	2			3				
ODTU GD	4		2		1	1				
TPA	2		1			1				
UÜ İİBFD	9	3	5	1						
TOPLAM	80	9	23	13	3	19	4	3	4	2

* Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi taranmış ama konuyla ilgili yayımlanmış makale olmadığından bu çizelgeye konulmamıştır.

** Amme İdaresi Dergisi'nde yayımlanan iki adet makale “akademik” alandaki gelişmeler üzerine yazılmıştır; bu nedenle yönetim birimi ölçeği belli değildir.

Çizelge 8’de “sektörler arası” sınıfının, 19 makale (%24) ile yönetim birimleri arasında hakkında en fazla makale yazılan “merkezi yönetim”den sonra ikinci konu olduğu görülmektedir. E-devlet konusunun, özel sektör firmalarının tedarikçileri ve müşterileri ile olan ticari ilişkilerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanması (e-ticaret) ve devlet ve özel sektörün dışında kalan üçüncü sektör, yani sivil toplum içinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması konularıyla yakından ilişkili olduğu düşünüldüğünde, “sektörler arası” alanının daha çok araştırılabileceği görülmektedir. Buna rağmen “sivil toplum” ile ilgili yazılan makaleler sayıca azdır (3/80, %4).

Makalelerin yönetim birimi ölçeği ile ilgili sayısal veriler göstermektedir ki, kamu yönetimi açısından “yönetim birimleri arası” çalışmalar eksiktir. Ulusal-yerel yönetim, uluslararası-ulusal ve uluslararası-yerel düzeyler kombinasyonlarında e-devlet politika ve uygulamalarının paralel bir biçimde irdelenmesi, incelenen makalelerde henüz sayıca (3/80, %4) azdır.

Bir diğer bulgu da incelenen konuda “birey”i odağına alan makalelerin az sayıda (4/80, %5) olmasıdır. Kamu kurum ve kuruluşlarının bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak sunduğu kamusal bilgi ve hizmetlerin kullanıcılarından biri de vatandaşlardır. Hatta bu ilişki çeşidi, e-devlet yazınında “devletten vatandaş” (government to citizen, G2C) adı altında bir e-devlet hizmet kategorisi oluşturmaktadır. Bu bağlamda, e-devlet süreçlerinin bir aktörü olan vatandaşların bireysel ihtiyaçlarına ve hizmet taleplerine, e-devlet bilgi ve hizmetlerini neden ve nasıl kullandıklarına ilişkin makalelerin gelecekte daha fazla sayıda yazılması beklenebilir.

Son olarak Çizelge 8’deki bulgulara yedinci varsayımın sınanması amacıyla bakılacak olunursa, yerel yönetim odaklı makalelerin toplam makaleler içindeki payı %16’dır. Bu oran Varsayım 7’yi yanırlamaktadır.

“Makalelerin çoğunda yönetim organı olarak ‘yürütme’ incelenmiştir” olarak tanımlanan sekizinci varsayımın sınanması, aşağıda Çizelge 9’da sunulan bulguların yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Çizelge 9, bu çalışmada incelenen makaleleri makalenin odaklandığı yönetim organını esas alarak sınıflandırmaktadır.

Çizelge 9, incelenen makalelerin ilgili oldukları yönetim organı hakkında bilgi vermektedir. Çizelge 9’a bakıldığında, toplam 80 makalenin 41’inde (%51) “yürütme” organı incelenmiştir. Bu ilk bilgi, yukarıda sunulan sekizinci varsayımı doğrular niteliktedir. İkinci en çok incelenen yönetim organı alt başlıkları olarak, “akademik birim” (üniversite, yüksekokul ve enstitü vb.; 11, %14), “sektörler arası” (9, %11) ve “genel yönetim”i (8, %10) görmekteyiz. “Sektörler arası” birimiyle ilgili bulgular konusundaki yorum yukarıda yapılmıştır. Genel yönetim ile anlatılmak istenen, hem özel hem de kamu kesiminde ortak olan yönetim ilişkileri ve stratejileridir. Çizelge 9’daki veriler, “yasama” ve “yargı” organları ile ilgili yazılan makalelerin sayısının az olduğunu göstermektedir. Yasama ve yargı ile ilgili bilgi ve iletişim teknolojileri konusundaki akademik çalışmaların azlığı kayda değer eksikliklerdir. Her iki alanda da yoğun teknoloji kullanımı olduğu günümüzde⁷ yasama ve yargıda e-devlet hizmet sunumu ve e-devlet politikaları konusu araştırmacıların ilgisini beklemektedir. Son olarak, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sivil toplum örgütlerinde kullanılması ile ilgili araştırma sayısı da Çizelge 9’da görüldüğü üzere azdır ve bu alanda da yeni araştırmalar ve yayınlar yapılması gerekmektedir.

Çizelge-9: Makalelerin Odaklandığı Yönetim Organına Göre İncelenmesi

Dergi İsmi*	Makale Sayısı	Makalenin İçeriği								
		Yönetim Organı								
		Yasama	Yürütme	Yargı	Genel Yönetim	Sivil Toplum	Birey Davranışı	Akademi k	Sektörler arası	Diğer**
AİD	15		5		4	2		3	1	
AKÜİİBFD	2							1	1	
ANÜİİBFD	3		1					1	1	
ATÜİİBFD	5				1			3	1	
AÜ SBFD	10		4	1	2	2	1			
ÇYYD	11		11							
DEÜİİBFD	7		2				1	2	2	
GÜ İİBFD	2		1							1
HÜ İİBFD	4		3				1			
İÜ SBFD	6	1	2		1				2	
ODTU GD	4		3					1		
TPA	2		1						1	
UÜ İİBFD	9	1	8							
TOPLAM	80	2	41	1	8	4	3	11	9	1

* Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi taranmış ama konuyla ilgili yayımlanmış makale olmadığından bu çizelgeye konulmamıştır.

**Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi'nde yayımlanmış makalelerden biri için “diğer” niteliği konulmasının nedeni bu makalenin “uluslararası ilişkileri” konu almasıdır.

Sıralama itibarıyla dokuzuncu varsayımın sınılanması ile devam etmesi gereken bu çalışma, 10. varsayımın sınılanması ile devam edilmiştir. Çünkü altıncı varsayım ile ilgili bölümde de bahsedildiği üzere, “Akademisyenlerin yazdığı makalelerin genel yönelimi kuram oluşturma yönündedir” şeklindeki dokuzuncu varsayımının sınılanması, başka birçok konuda toplanan verilerle ilişkilidir. Bu nedenle izleyen bölümlerde tekrar dokuzuncu varsayım ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

Onuncu varsayım, “Makalelerin çoğunda kuramsal yaklaşım olarak ‘yeni kamu işletmeciliği’ yaklaşımı kullanılmıştır” şeklinde ifade edilmiştir. Bu varsayımın sınılanmasında, aşağıda Çizelge 10’da sunulan bulgulardan faydalanılmıştır.

Çizelge-10: Makalelerin Yazarlar Tarafından Kullanılan Kuramsal Yaklaşımlar İtibariyle Değerlendirilmesi

Dergi İsmi*	Makale Sayısı	Makalenin İçeriği							
		Kuramsal Yaklaşım							
		Yönetimin İlkeleri	Prensiplere Aykırı Görüşler	Evrensel Yönetim Bilimi	Yeni Kamu İşletmeciliği	Örgütsel Kuram	Marksizm/ Neo Marksist Devlet Kuramı	Postmodern Kuram	Diğer
AİD	15			1	11	1		1	1**
AKÜİİBFD	2				2				
ANÜİİBFD	3			2					1***
ATÜİİBFD	5			1	1				3 ♠
AÜSBFD	10	1			5		1	2	1 ♠♠
ÇYYD	11				11				
DEÜİİBFD	7				5	1			1 ♠♠♠
GAZİİİBFD	2								2 ♠
HÜİİBFD	4			1	3				
İÜSBFD	6			1	3				2 ♠♠
ODTUGD	4				1	2	1		
TPA	2				2				
UÜİİBFD	9				7				2 ♠♠♠
TOPLAM	80	1	0	6	51	4	2	3	13

* Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi taranmış ama konuyla ilgili yayımlanmış makale olmadığından bu çizelgeye konulmamıştır.

** Amme İdaresi Dergisi'nde bir adet makale "teknik" nitelikte olduğu için kuramsal yaklaşımının tespiti söz konusu olamamıştır.

*** Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi'nde bir adet makale "çevreci" bir yaklaşım ile yazılmıştır.

♠ Atatürk İİBF Dergisi'nde yayımlanan makalelerden iki tanesi "etik" konusunda; bir tanesi de "İktisadi Büyüme Yaklaşımı" ile kaleme alınmıştır.

♠♠ Ankara Üniversitesi SBF Dergisi'nde yayımlanan makalelerden biri "hukuk" alanında yazılmıştır.

♠♠♠ DEÜ İİBF Dergisi'nde yayımlanan makalelerden biri "hukuk" alanında yazılmıştır.

♠ Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi'nde yayımlanan makalelerden biri "İktisadi Yeni Büyüme Yaklaşımı" esas alınarak; diğeri de "Eleştirel Yaklaşım" esas alınarak yazılmıştır.

♠♠ İÜ SBF Dergisi'nde iki adet makale içinde kuramsal yaklaşım niteliği belirtilmemiştir. Makalelerden biri tarihsel bir süreç ile ilgili bilgi vermektedir; diğeri de hukuksal bir inceleme yazısıdır.

♠♠♠ Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi'nde yayımlanan makalelerden biri "vergileendirme" ile; diğeri de "Açık Ekonomi Modeli" ile ilgilidir.

Çizelge 10'da sunulan veriler, 10. varsayımı doğrular niteliktedir. Toplam 80 makale içerisinde 51 tanesinin (%64) "yeni kamu işletmeciliği" yaklaşımı ile yazılmış olması bir rastlantı olmasa gerektir. Çünkü "yeni kamu işletmeciliği" yaklaşımı ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu kesiminde kullanılması (e-devlet) yaklaşımı arasında güçlü bir ilişki vardır. Yeni kamu işletmeciliği yaklaşımının kamu yönetiminde özel sektör zihniyeti ve yöntemleri ile hareket etme, yönetimde verimliliği artırma, etkinlik ve etkililiği, şeffaflığı ve hesap verebilirliği sağlama, yönetim birimleri ve sektörler arası işbirliklerini özendirme ve benzeri amaçları, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yönetim alanında kullanımının sunmuş olduğu imkânlar ve sağlayabileceği düşünülen yararlarla büyük oranda benzerlik göstermektedir⁸.

Çizelge 10'da "evrensel yönetim bilimi" alt başlığı ile anlatılmak istenen, yönetim ile ilgili konularda kamu ve özel sektör arasında herhangi bir ayırım yapmadan, genel anlamda yönetim alanındaki gelişmelerle ilgilenen yaklaşımdır. Bu yaklaşım ile yazılan makalelerin sayısı altıdır (%7.5). Bu, incelenen makaleler içinde üçüncü en çok kullanılan yaklaşımdır.

Toplam 80 makale içerisinde "Marksizm/Neo-Marksist devlet anlayışı" ve "postmodern kuram" temelinde yazılan makale sayısı toplamı beştir (%6). Bu makaleler, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin kamu yönetiminde kullanılmasının yansıması olan "e-devlet" çalışmalarına eleştirel bir bakışla yazılmış makalelerdir.

Çalışmanın 11. varsayımı, "Makalelerin çoğunda konu odağı sadece teknolojidir" şeklindedir. Aşağıda sunulan Çizelge 11'deki veriler, hem "Akademisyenlerin yazdığı makalelerin genel yönelimi kuram oluşturma yönündedir" şeklindeki dokuzuncu varsayımın, hem de 11. varsayımın sınanmasında kullanılmıştır.

Çizelge 11 incelendiğinde "Makalelerin çoğunda konu odağı sadece teknolojidir" şeklinde ifade edilen 11. varsayımın doğrulandığı görülebilir. Taraması yapılan toplam 80 makalenin 27'si (%34) sadece doğrudan bilgi ve iletişim teknolojileri ile, 11'i (%14) teknoloji politikalarıyla ilgilidir. Yani makalelerin yarısından fazlasının odağında doğrudan bilgi ve iletişim teknolojileri ve politikaları vardır.

Amaç konu odakları⁹ farklı olarak geniş bir yelpazeye dağılmış olan diğer makalelerin de içinde teknoloji konusu işlenmektedir; ancak amaç konu odağı açısından bakacak olursak Çizelge 11'deki dağılımla karşılaşılmaktadır. İşlenen konular, eğitim, çevre, ticaret, sağlık, turizm, suç gibi geniş bir alana yayılmaktadır. Toplam 80 makalenin incelenmesi sonucu amaç konu odağı sınıflandırmasında geniş bir çeşitlilik ile karşılaşılmaması, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişmelerin hayatın çeşitli kesimlerindeki yansımaları çerçevesinde incelenmeye başlandığını göstermektedir.

Çizelge 11'den "Akademisyenlerin yazdığı makalelerin genel yönelimi kuram oluşturma yönündedir" şeklindeki dokuzuncu varsayım için yapılacak çıkarım, amaç konu odağı olarak doğrudan kuramsal olarak yazılmış makale sayısının tespit edilebilmesidir. Toplam 80 makalenin 4'ü (%5) doğrudan amaç konu odağı olarak "kuramsal" niteliktedir. Ayrıca incelenen makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerinin incelendiği bölümde de görüldüğü gibi, 80 makaleden 17'si (%21) "kuramsal makaleler" araştırma yöntemi tanımlanması niteliğindedir. Bu bulgular dokuzuncu varsayımı yanlışlar niteliktedir. Yani akademisyenlerin yazdığı makalelerin yönelimi, ağırlıklı olarak, kuram

oluşturma yönünde değildir. Bu varsayımın sınanmasını aşağıda sunulan Çizelge 12'deki bulgularla da yapmak mümkündür: Çizelge 12'deki tüm kategoriler içerisinde miktar ve yüzde olarak en düşüğü 16 makale (%20) ile "kuram oluşturma" yönelimidir.

Çizelge-11: Makalelerin Yazılış Amaç Konu Odakları Açısından Değerlendirilmesi

Dergi İsmi*	Makale Sayısı	Makalenin İçeriği																
		Amaç Konu Odağı**																
		I5	I8	I7	I3***	I5	I1	I12	I4	I20	I31	I39	I26	I34	I2	I18	I13	I30
AİD	15	9	1			1	2			1							1	
AKÜİİBFD	2			1												1		
ANÜİİBFD	3			1	1											1		
ATÜİİBFD	5	1	1	1				2										
AÜ SBFD	10	1	2				2	3		1	1							
ÇYYD	11	11																
DEÜİİBFD	7	3		1	1								1				1	
HÜ İİBFD	4	1	1			1		1										
IÜ SBFD	6	1	1		3	1												
ODTU GD	4		3	1														
TPA	2		1			1												
UÜ İİBFD	9		1	2	1	1						2	1				1	
TOPLAM	80	27	11	8	6	5	4	4	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1

* Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi taranmış ama konuyla ilgili yayımlanmış makale olmadığından bu çizelgeye konulmamıştır.

** Çizelge 11'deki kategoriler, en çok makale içerenden en az makale içerene göre dizilmiş biçimde şunlardır: **I.35** Bilgi ve İletişim Teknolojileri, **I.38** Teknoloji Politikaları, **I.27** Eğitim, **I.43** Diğer, **I.3** Yönetimde Reform, **I.1** Kuramsal, **I.12** İnsan Kaynakları, **I.4** Ahlak, **I.20** Sivil Toplum Örgütleri, **I.31** Çevre, **I.39** Ticaret Politikaları, **I.26** Sağlık, **I.34** Turizm, **I.2** Yönetim Eğitimi, **I.18** Uluslararası, **I.13** Kamu Finansmanı, **I.30** Suç (Kodlama konusunda ayrıntılı bilgi için bakınız: Ek 1: Makale Tarama Fişi Örneği).

*** I44:Diğer olarak tanımlanan makaleler sırasıyla: Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi'nde bir makalenin odağı "Akıllı Kartlar"; Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi'nde bir makalenin odağı "Toplumsal Sorunlar"; İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi'nde sırasıyla "Tarihi Bilgilendirme", "Vergi Sistemi" ve "Örgüt Yapısı"ni odak noktası olarak alan üç makale; Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi'nde "Vergi Sistemi"ni odak edinen bir makale bulunmaktadır.

Çizelge-12: Makalelerde Tercih Edilen Yönelimler

Dergi İsmi	Makale Sayısı	Makalenin İçeriği			
		Makalelerde Tercih Edilen Yönelimler *, **			
		G1	G2	G3	G4
AİD	15	5	1	3	6
AKÜ İİBFD	2				2
ANÜ İİBFD	3			2	1
ATÜ İİBFD	5		1	2	2
AÜ SBFD	10	6	1	3	
ÇYYD	11		2	8	1
DEÜ İİBFD	7	2			5
EÜ İİBFD ***	0				
GAZİ İİBFD	2	1	1		
HÜ İİBFD	4		4		
İÜ SBFD	6	1	1	4	
ODTU GD	4		2	1	1
TPA	2		1	1	
UÜ İİBFD	9	1	4	1	3
TOPLAM	80	16	18	25	21

*G.1 Kuram Oluşturma, G.2 Sorun Çözme, G.3 Bilgilendirme, G.4 Teknik-Teknoloji, G.5 Diğer

** G5 Diğer kategorisinde veri yoktur.

*** Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi taranmış ama konuyla ilgili yayımlanmış makale olmadığından bu çizelgeye konulmamıştır.

Son iki varsayıma (12 ve 13) geçilmeden önce sınanması bir ölçüde ertelenmiş olan ve “Makalelerin yayımlandığı dergilerin bağlı bulunduğu kurumlar, makale içeriklerini belirlemiştir” şeklinde ifade edilen beşinci varsayımanın sınanması yapılmıştır. Bu sınamada, makale içerikleri ile ilgili olarak yukarıda sunulan, yönetim birimi ölçeği, yönetim organı, amaç konu odağı ve kuramsal yaklaşım verilerinin işlendiği bölümlerde verilen bulgulardan yararlanılmıştır. Örneğin Amme İdaresi Dergisi’nde yayımlanan makalelerin yarısına yakınının (6/15, %40) “merkezi yönetim” ile ilgili olması ve “e-devlet” konulu makalenin büyük bölümü kamu yönetimi odaklı olan üç TODAİE dergisinde yayımlanmış olması “Makalelerin yayımlandığı dergilerin bağlı bulunduğu kurumlar (ve bu kurumların iç yapılanmaları), makale içeriklerini belirlemiştir” şeklindeki beşinci varsayıma kısmen doğrular niteliktedir.

“Makaleler yazılırken daha çok yabancı kaynaklardan yararlanılmıştır” şeklindeki 12. ve “Makaleler daha çok İnternet kaynaklarından yararlanılarak

yazılmıştır” şeklinde ifade edilen 13. varsayımların sınanmasında Ek-1’de sunulan makale tarama fişleri aracılığıyla toplanan ve daha sonra bir veri tabanı programına aktarılan veriler kullanılmıştır. Bu verilerin/yüzdelerin tespit edilme süreci aşağıdaki gibidir: Makale tarama fişleri doldurulurken, her makalenin kaynakça kısmındaki verilerden hareketle bu makalelerin Türkçe kaynak, yabancı kaynak ve İnternet kaynağı¹⁰ kullanma oranları her makale için ayrı ayrı tespit edilmiştir. Bu şekilde tespit edilmiş oranlar teker teker veri tabanına işlenmiş ve her makalenin kaynakçası için ortalama değerler tespit edilmiştir.

İncelenen makalelerdeki Türkçe kaynak, yabancı kaynak ve İnternet kaynağı kullanma oranları aşağıdaki gibidir: Toplam 80 makale içinde kullanılan “Türkçe” kaynak ortalaması %43’tür. Yine toplam 80 makale içinde kullanılan yabancı kaynak ortalaması %57’dir. Son olarak toplam 80 makale içinde kullanılan İnternet kaynağı ortalaması %25’dir.

Bu oranlara baktığımızda “Makaleler yazılırken daha çok yabancı kaynaklardan yararlanılmıştır” şeklindeki 13. varsayımın doğrulandığı görülmektedir. Böyle bir varsayımın yapılmış olmasının nedeni, yeni bir konu olan ve gelişmesini ABD, Avrupa ülkeleri ve Singapur, Güney Kore gibi bazı Uzakdoğu ülkelerinde sürdürmekte olan bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilgili kaynakların da ağırlıklı olarak bu ülkelerin dillerinde yayımlanmış olacağı düşüncesidir. Nitekim, elde edilen veriler, varsayımı doğrular niteliktedir.

“Makaleler daha çok İnternet kaynaklarından yararlanılarak yazılmıştır” şeklinde ifade edilen 13. varsayımın oluşturulmasının temelinde yatan mantık, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki yayımlanmış Türkçe kitap, dergi ve makalelerin az sayıda olması ve varolan yayınların da İnternet ortamında fiziksel ortama kıyasla daha rahat bulunabilmesidir. Bu düşünceden hareketle, incelenen makalelerin yazarlarının da yazılarını daha çok bu konudaki bilgilere ulaşmak ve bu teknolojilerden yararlandıklarını göstermek için daha çok İnternet üzerindeki kaynaklardan yararlanarak yazdıkları varsayımında bulunulmuştur. 12. varsayım ile ilgili açıklamalarda anlatılan veri elde etme yolu makale başına ortalama İnternet kaynağı kullanım oranını tespit etmek için de kullanılmıştır. Aynı yolla elde edilen veriler bize 13. varsayımın yanlışlandığını göstermektedir. Toplam 80 makalede kullanılan İnternet kaynağı ortalama kullanım oranı %25’tir. Ne var ki, makalelerdeki her dört kaynaktan birinin İnternet’ten bulunduğunu gösteren %25 oranı, varsayım yanlışlansa da bizce kayda değer bir orandır, ve gelecekteki benzer çalışmalarda bu konunun etraflıca araştırılması gerekmektedir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışma, son dönemde bilgi ve iletişim teknolojilerinin akademik alandaki yansımalarını Türkiye açısından inceleyen araştırmalara katkıda bulunmak amacıyla yapılmıştır. Bu açıdan bu çalışma, Türkiye’de son 15 yılda bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu yönetimi alanına yansımalarının, diğer bir deyişle e-devlet alanının akademik dergilerdeki işlenişinin tamamen kapsayıcı olmasa da bir listesini çıkararak, bu alandaki bir boşluğu doldurmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu kesimindeki yansıması “e-devlet” çalışmalarıdır. Merkezi yönetimde ve yerel yönetimlerde, yasama, yürütme ve yargı erklerinde hızlı bir şekilde bu teknolojilerden yararlanmaya dönük projeler sürmektedir. Gelişmiş ülkeler, kamu kesimince sunulan neredeyse tüm bilgi ve hizmetleri bu teknolojiler aracılığıyla sunmaya hazırlanmaktadır. Türkiye’de bugün hali hazırda birçok e-devlet projesi yerel ve merkezi yönetim ölçeğinde devam etmektedir. Son olarak “bilgi toplumu stratejisi” nin¹¹ hazırlanması ile de şu ana kadar birbiri ile eşgüdümlü seyredemeyen tüm bu projelerin bir vizyona bağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Kuşkusuz ki bu gibi stratejik planlama çabalarının temel bir parçası da, bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda çalışan araştırmacıların yaptıkları çalışmaların bir envanterinin çıkarılması, sözkonusu araştırmaların ulaştıkları sonuçların sistematik bir şekilde takip edilmesidir. Yukarıda sunulan bulgular, bir anlamda, stratejik planlamanın bu alt bölümüne katkı verir nitelikte olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın bulgularının Türkiye’de son 14- 15 yılda bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu yönetimi alanına yansımalarının bir envanterini çıkarmaya çalıştığı yukarıda da belirtilmişti. Yukarıda farklı yönleri incelenen bu envanterin tamamının değerlendirilmesi bu bölümde yapılmıştır:

Bulgular bölümünde de belirtildiği gibi, “E-Devlet makaleleri ağırlıklı olarak kamu yönetimi odaklı olan TODAİE dergilerinde yayımlanmaktadır”. TODAİE dergilerinin kamu yönetimi alanındaki en geniş dağıtım, yaygın olarak izlenen ve prestijli dergiler olması bu durumun açıklanmasında kullanılabilir.

İncelenen makalelerin yarısından çoğunun 2000 yılında ve sonrasında yayımlanmış olması da doğal karşılanabilir. 2000’li yıllar hem çeşitli teknolojilerin hızla hayatımıza ve kamu yönetimi alanına daha yoğun bir biçimde girdiği, hem de bu konuda çalışan genç akademisyenlerin sayısının hızla arttığı yıllardır. Bu konuda çalışan akademisyen sayısı artmasına rağmen, yapılan çalışmalar arasında herhangi bir eşgüdüme, stratejik bir plan

çerçevesinde bir konu paylaşımına veya uzmanlık alanlarının keşimesinden doğabilecek sinerjinin kullanılabilceği projelere pek rastlanmamaktadır.

Çalışmanın bulguları arasında sunulan diğeri bir gelişme de, incelenen çalışmalarda kullanılan yöntemlerin, ilgili varsayımda ifade edildiği gibi, sadece yazın taraması olmayıp, ilk elden verilerin değerlendirildiği (17/80, %21), birden fazla araştırma yönteminin kullanılarak bir araştırma yöntemi ile ulaşılan bulguların, diğeri yöntemlerle ulaşılanlarla sınındığı (22/80, %27.5), örnek olay incelemelerinin (11/80, %14) ve istatistiksel analizlerin yapıldığı (4/80, %5) zengin bir yöntem kullanımı envanteri ile karşılaştırılması olmuştur. Yöntem çeşitliliğinin, farklı yöntemlerle incelenen aynı veya benzer konulardaki gelişmelerin daha iyi çözümlemesini sağlamakla kalmayacağı; aynı zamanda da Türkiye’de teknoloji alanında meydana gelen özgül gelişmelerin sadece yabancı ülkelerde geliştirilen kuramlarla değil, yerel bulgulardan yola çıkan yerel kuramlarla da açıklanması olasılığını artırabileceği umulabilir.

Araştırmanın bir başka bulgusu da incelenen çalışmalarda bilgi ve iletişim teknolojileri alanında uygulama ile kuramsal değerlendirmelerin kabaca bir denge içinde bulunmalarıdır (Bakınız Çizelge 7). Bu durum, uygulamada karşılaşılan olayların, kurama ışık tutabilecek ölçüde takip edilmesine yol açabilir. Böylesi bir durum da araştırma sonuçlarının pratik yararını ve uygulanabilirliğini olumlu yönde etkileyebilir. Yine de, gelecekte yapılacak araştırmalarda daha çok alan araştırması ve örnek olay çözümlemesi yapılması gerektiği söylenebilir.

Yine başka bir bulgu da e-devlet olgusunun daha çok yönetim bilimi açısından incelendiği, konuya siyaset bilimi bakış açısından yaklaşan çalışmaların zayıf kaldığıdır. Yönetimde teknolojik dönüşümlerin, örneğin bir elektronik oylama altyapısının, seçim sistemleri ve uygulamalarına yapacağı etki gözönüne alındığında, bu konunun siyaset bilimi açısından da incelenmesi gereken bir alan olduğu söylenebilir.

Makalelerin incelenmesi sonucunda bilgi ve iletişim teknolojilerinin yönetim alanında kullanımı konusunun daha çok ülkemizin ana yönetim bölümlenmeleri olan merkezi yönetim (23/80, %29) ve yerel yönetimler (13/80, %16) odaklı olarak incelenmiştir. Bu iki ana yönetim ölçeği arasındaki (yönetimlerarası) ilişkiler ise nispeten az işlenen (3/80, %4) bir konudur. Halbuki Türkiye gibi yönetim sistemi ile ilgili yasal düzenlemelerin hızla yenilediği, Avrupa Birliği üyelik müzakerelerinin de güçlü bir yönetsel değişim talebi ve uygulaması doğurduğu bir ülkede, teknoloji kullanımının merkezi yönetimle yerel yönetim birimleri arasındaki görev ve sorumluluk bölüşümünü nasıl etkileyeceğinin incelenmesi, kritik önemde bir konu olsa gerekir.

Bulgulardaki bir diğer dikkat çekici husus da sektörler arası, yani kamu, özel ve üçüncü sektörler arasındaki ilişkinin, incelenen makalelerin bir kısmının (19/80, %24) konusunu teşkil etmiş olmasıdır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının özel veya kamu sektörü ayrımı gözetmeden toplumdaki üretim ve tüketim ilişkilerini etkiliyor olması, yukarıda bahsedilen ulusal bilgi toplumu stratejisinin de hem oluşturulma, hem de uygulanma safhalarında kamu kesimi, özel sektör ve sivil topluma dayanması sektörler arası ilişkinin önemini teyit eder niteliktedir. Zaten makalelerin incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular da sivil toplum odaklı çalışmaların (3/80, %4) var olduğunu göstermektedir. Bu konuda son bir tespit olarak, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yönetim alanında kullanımının uluslararası düzeyde yeterli düzeyde araştırılmamış olduğu söylenebilir. Bu düzeydeki araştırmalar toplam 80 araştırmada sadece dokuz tanedir (%11). Oysa ki sözkonusu teknolojiler, uluslararası iletişim, ticaret ve diplomaside yoğun olarak kullanılmaktadır. Ayrıca Dünya Bankası, IMF, OECD ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) gibi uluslararası kuruluşlar ve Avrupa Birliği gibi uluslararası birlikler sözkonusu teknolojilerin yönetim alanında kullanımına büyük önem vermekte, bu kullanımları maddi yardımlar ve uzmanlık hizmetleri sunma yollarıyla desteklemektedirler (Yıldız, 2007). Dolayısıyla e-devlet ve e-ticaretin, veya kısaca toplumdaki e-dönüşüm çabalarının uluslararası boyutunun gelecekte yapılacak araştırmalarda daha yoğun olarak çalışılması gerektiği söylenebilir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu da yasama, yürütme ve yargı erkleri arasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının etkilerinin yoğun olarak araştırıldığı yönetsel erkin “yürütme” olmasıdır. Toplam 80 makaleden hangi erk konusunda yazıldığı açıkça belirlenebilmiş olan 44 makalenin 41’i (%93) yürütme erki hakkında yazılmıştır. Yasama erki iki ve yargı erki ise ancak bir makale konusu olabilmişlerdir. Bu durum, gerek yasama, gerekse de yargı erkinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının etkileri konularının araştırmacılar tarafından daha yoğun çalışılması gerektiğini düşündürmektedir. Türkiye Büyük Millet Meclisi’ndeki hem kurumsal hem de parti düzeyinde ve bireysel (milletvekilleri özelinde) yoğun teknoloji kullanımı ile Ulusal Yargı Ağı (UYAP) projesi gibi yargı erkindeki gelişmeler gözönüne alındığında çalışılacak konu azlığı çekilmemesi gerekir.

Kamu yönetimi alanında yaygın kuramların incelenen makalelerde kuramsal yaklaşım olarak kullanılması konusuna geldiğimizde, karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır: İncelenen makalelerde en çok kullanılan kuramsal yaklaşım %64 (51/80) ile yeni kamu işletmeciliği yaklaşımıdır. E-devlet ile yeni kamu işletmeciliği yaklaşımları arasında paralellikler olduğu bulgular bölümünde aktarıldığı için bu kısımda başka birtakım ilintili bulguların tartışılması uygun bulunmuştur. Örneğin, yukarıda tartışılan, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının çözümlenmesinde kamu sektörünün özel sektörle

düşünce ve işgörme biçimi açılarından ayrımının nispeten az gözetilmesi olgusu da bulgulardaki karşılığını, hem yeni kamu işletmeciliği yaklaşımının yaygın kullanımında, hem de evrensel geçerliliği olan yönetim bilimi anlayışının incelenen makalelerin %7.5'inde (6/80), örgütler arası ortaklıklar konularını işleyen örgüsel kuramın (ağbağ kuramı, networkler) %5 (4 makale) ile kullanılması ile göstermektedir. Buna karşılık postmodern kuram (3/80, %4), Marksist/Neo-Marksist devlet kuramı (3/80, %4) ve yönetimin ilkeleri (1/80, %1) yaklaşımları e-devlet araştırmalarında düşük oranlarda temsil edilmektedirler.

İncelenen makalelerin, varsayılanın tersine, sadece yönetim etkinliğinde teknoloji kullanımı ile ilgili olmaması, Çizelge 11'de de görüldüğü gibi eğitim, sağlık, suç, yönetim reformu, ahlak, çevre, ticaret politikaları, turizm, kamu finansmanı ve sivil toplum örgütleri konularını da kapsayacak çok geniş bir konu yelpazesi hakkında yazılmaları, yönetim- teknoloji ilişkisini daha geniş bir perspektiften inceleyen bir akademisyen kitlesinin de varolduğunu göstermektedir. Bu durum, gelecekte sözkonusu konunun daha geniş bir bakış açısından, daha çok sayıda disiplinlerarası çalışmaya konu olabileceği umudunu da uyandırmaktadır.

Bu çalışmada incelenen makalelerin yönelimlerinin sunulduğu Çizelge 12'de şu bulgulara ulaşılmıştır: İncelenen 80 makaleden 16'sının (%20) kuram oluşturma kaygısı gütmemesi, "yerel sorunlara küresel olandan yararlanarak yerel çözümler bulma" şeklinde adlandırılabilinecek bir anlayışın sinyallerini vermektedir. Bu duruma ek kanıt olarak, yine aynı çizelgede sunulan, incelenen 80 makalenin 18'inde (%22.5) gözlenen "somut bir sorunu çözmeye" eğilimidir. Aşağıda başka bir bağlamda tartışılmış olan akademik makale yoluyla küresel düzeyden ulusal düzeye veya yerel düzeyden ulusal düzeye (Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi'nde yayımlanan yerel yönetimlerle ilgili belge ve bilgilerin bu dergi yoluyla ulusal düzeye duyurulması gibi) bilgi aktarımı konusu, incelenen 80 makaleden 25'inin (%31) bilgilendirme odaklı olması nedeniyle bu noktada da karşımıza çıkmaktadır.

Bu bölümde son olarak, Türkiye'de yönetim-teknoloji ilişkisini irdeleyen çalışmaların kullandıkları kaynaklar konusundaki bulgular tartışılmıştır: Ülkemizdeki birçok yazar, teknoloji üretiminin yapıldığı ve üretilen teknolojilerin diğer birçok alanla beraber yönetim alanında da ilk kez kullanıldığı Amerika Birleşik Devletleri, kimi Avrupa ve Uzakdoğu ülkeleri gibi teknolojik açıdan gelişmiş ülkelerde yönetim-teknoloji ilişkisi üzerine yazılan eserleri, zaman zaman gecikmeyle de olsa, takip etmeye çalışmaktadırlar. Burada bizce önemli olan nokta, ülkemizde üretilen makalelerde yabancı kaynak kullanımının oranıdır. Yerli kaynak oranının tespiti, bu alandaki entellektüel dışarıya bağımlılık hakkında da bir fikir

verebilir. Bu tespiti yaparken, bir makalede kullanılan ve kaynakçada yerli kaynak olarak sunulan bir kaynağın da başka bir yabancı kaynaktan yararlanılarak üretilmiş olma ihtimalini gözden ırak tutmamalıyız. Bu bağlamda, bulgular kısmında da açıklandığı gibi, toplam 80 makale içinde kullanılan yabancı dilde yazılmış kaynak ortalama oranı %57'dir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda bu oranın yabancı diller arasındaki bölümlenmesine bakılabilir. Kaynak konusundaki bir diğer bulgu da, toplam 80 makale içinde kullanılan İnternet kaynağı (bir URL adresi verilerek kaynakçaya eklenen çalışmaların) ortalamasının %25 olmasıdır.

Yönetim-teknoloji ilişkisi konusundaki çalışmaların ve araştırmacıların kısmen de olsa geniş bir envanterinin çıkarıldığı bu çalışma, iki somut yarar sağlamaktadır: İlk olarak, böyle bir çalışma, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yönetim alanında kullanımı konusunda yapılan çalışmaların genel bir haritasını çıkararak, değişik odak ve konudaki çalışmalar arasında bağlantıların kurulabileceği bir bilgi birikimi/ağı oluşturmaktadır. İkinci olarak bu araştırma sözkonusu konudaki hiç çalışılmamış veya az çalışılmış alanları da tespit ederek araştırmacılara yol göstermektedir. Gelecekte yapılacak benzer çalışmaların bu çalışmayı kuşatan kimi sınırlılıkları aşarak daha net ve kapsayıcı bir envanter ortaya çıkarması ve bu çalışmanın değerlendirme kısmında altı çizilen konulara da eğilebilmesi umulur.

NOTLAR

¹ İçerik analizi, “çeşitli iletişim süreçlerindeki mesajların sembolik anlamlarının, içinde yer aldıkları bağlama dayanarak bilimsel yoldan incelenmesine ve söz konusu “süreçlere” ve bu sembollerin içinde bulunduğu “bağlama” ilişkin çeşitli çıkarımlarda bulunulmasına imkan sağlayan ... bir yöntemdir” (Leblebici, Kılıç ve Aydın, 2004: 5).

² Atıf analizi, bilimsel yayınlar arasındaki atıfa dayalı ilişkileri rakamsal olarak inceleyen bibliyometrik bir tekniktir (Moed, 2006). Bu çalışmada incelenen makalelerin kaynakçaları taranmış, ama kaynakçaların içeriklerindeki atıfa dayalı ilişkiler incelenmemiştir. Kaynakçaların incelenmelerinin amacı, kullanılan kaynakların dilini (Türkçe ya da yabancı bir dil) ve İnternet kaynaklarının ne oranda kullanıldığını tespit etme amaçlı olmuştur.

³ Bir alanda yayın yapan araştırmacıların dağılımını inceleyen Alfred James Lotka'nın adını verdiği Lotka Yasası'na göre, bir akademik alanda “n” sayıda yayın yapanların, bir adet yayın yapanlara oranı $1/n^2$ 'dir. Bu yasaya göre, geniş bir örneklemede bir adet yayın yapanlar, o alandaki yayın yapanların %60'ına denk düşmektedir. Bu oranı %15 ile iki adet yayın yapanlar ve %7 ile üç adet yayın yapanlar izlemektedir. Yasaya göre, bir alandaki yazarların sadece %6'sı 10 ya da daha fazla yayın yapmaktadır (Rai ve Kumar, 2005). Lotka Yasası'nın yazar enflasyonu karşısında geçersiz kaldığını savunanlar da vardır (Kretschmer ve Rousseau, 2001). Bu yasanın yüzdeler açısından incelenen makalelerle ilgili bulgulara uyma derecesi bu makalede değerlendirilmiştir.

⁴Alabacak ve Güneş, 1997; Çeştepe ve Tüylüoğlu, 2006; Eren ve Durna, 2005; Gökpinar ve Utkuseven, 2002; Gümüšoğlu ve Doğan, 1994; Kaçtıoğlu ve Özen, 1998; Kaya Bensghir ve Leblebici, 2001; Kaya Bensghir ve Akay, 2006; Kaya Bensghir ve Yıldız, 2002; 2005; Kocabaş ve Özgüler, 2005; Öktem ve Aydın, 2005; Özen ve Karaman, 2001; Özen ve Leloğlu, 2002; Sarı ve Kozak, 2005; Yavuz ve Karahan, 1999.

⁵ Kaya Bensghir, Karaca ve Teker, 1997

⁶ Çalışmada kullanılan “kuramsal makale” terimi ile, uygulamaya dönük yazılardan çok, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki gelişmeleri düşünsel temelde açıklamaya çalışan makaleler anlatılmak istenmiştir.

⁷ Yargı erkinde Ulusal Yargı Ağı Projesi (UYAP), yasama erkinde de TBMM Web sitesinde sunulan yasa metinleri, milletvekili e-posta adresleri gibi bilgi ve hizmetler, bu alanların e-devletle yoğun ilgilerine örnek gösterilebilir.

⁸ Yeni kamu işletmeciliği ile elektronik devlet konularının arasındaki ilişkinin detaylı bir çözümlemesi için bakınız: Yıldız, 2003: 307- 309.

⁹ Amaç konu odağı ve diğer kodlama terimleri için bakınız: Ek-1: Makale Tarama Fişi Örneği.

¹⁰ Kaynağa erişim günü ve Web üzerindeki adresleri belirtilerek kaynak gösterilmiş makale, kitap ve diğer dokümanlar.

¹¹ Türkiye'nin Bilgi Toplumu Stratejisi'nin ayrıntıları için bakınız: Devlet Planlama Teşkilatı Bilgi Toplumu Dairesi, (<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/>).

KAYNAKÇA

Alabacak, A. ve M. Güneş (1997) “Yerel Bilgisayar Ağları ve Bir Uygulama”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 12(1), 203-215.

Altıntaş, M. (1997-1998) “Coğrafi Bilgi Sistemlerinin (Geographical Information Systems) Hizmet Pazarlayan Yerel Yönetimlerde Kullanım Alanları”, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 17(1-2), 155-160.

Anbar, A. (2001) “E-Ticarette Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 20(1-2), 145-160.

Atabek, Ü. (2001) “İnternet ve Sosyal Bilimlerde Metodoloji”, **Amme İdaresi Dergisi**, 34(1), 51-57.

Aydın, M. D. (2005) “eAvrupa+ ve Türkiye: Bilgi Teknolojileri Alanında Avrupa Birliği Kriterlerine Uyum”, **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 23(1), 287-311.

Bakır, H. (2000) “Türkiye’de Plastik Kartlar ve Plastik Kartların Geleceği-Akıllı Kartlar (Smart Card)”, **Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi**, 16(1-2), 191-203.

- Beyhan, B. (2001) “Kuramlar ve Dünya Tecrübesi Bağlamında Türkiye’nin Yüksek Teknoloji Bölgelikleri Oluşturma Çabası “, **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 28(1-2), 15-82.
- Bozkurt, V. (1999) “KOBİ’ler ve Elektronik Ticaret”, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 19(1-2) 93-103.
- Carlsson, Bo (1993) “Technological Systems and Industrial Development: Four Swedish Case Studies”, **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 20(4), 475-502.
- Çeştepe, H. ve M. Tüylüoğlu (2006) “Yabancı Doğrudan Yatırımlar Yoluyla Teknoloji Transferi: İrlanda Örneğinden Türkiye İçin Dersler”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 61(2) 45-62.
- Dalyan, F. (2004) “İnternetin Kar Amacı Gütmeyen Organizasyonlar İçin Taşıdığı Potansiyel ve Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı’nda Bir Uygulama”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 59(1), 119-139.
- Eren, V. ve U. Durna (2005) “Kamu Hizmetlerinin Daha İyi Görülebilmesi İçin Alternatif Bir Yönetim Yaklaşımı: Elektronik Devlet”, **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt 32, sf.139-166.
- Ersungur, C. (1994) “İktisadi Kalkınma ve Teknoloji”, **Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 10(3-4), 41-56.
- Gerçek, A. (2001) “Türkiye’de Vergi İdaresinin Modernizasyonu Açısından Vergi Kimlik Numarası Uygulamasının Değerlendirilmesi”, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 20(1-2), 311-323.
- Gökpinar, R. (2003) “Siber Uzayda BİT Vergisi Üzerine“, **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 22(2), 35-49.
- Gökpinar, R. ve A. Utkuseven (2002) “Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Yaşanan Gelişmeler: Yeni İpek Yolu Bir Vergi Cenneti mi?”, **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, 27, 203-217.
- Gümüšoğlu, Ş. ve Ü. Doğan (1994) “Teknoloji ve Verimlilik Kültürü ile Yükseköğretim Kurunları Arasındaki İlişkiler”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 9(2), 51-69.
- Gündoğan, N. (2002) “İnternet ve Sendikal Hareket”, **Amme İdaresi Dergisi**, 35(4), 121-135.
- İnci, F. ve N. T. Arslan (2004) “Bilgi Toplumuna Geçiş Sürecinde Örgütsel Yapıda Meydana Gelen Değişimler: Bilişim Teknolojisi Örgütsel Yapı İlişkisi”, **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, 30(5), 31-50.

- Kaçtıoğlu, S. ve Ü. Özen (1998) “Bilgisayar Sistem Güvenliğine Yönelik Tehditler ve Türkiye’deki Bilgisayar Merkezlerinde Sistem Güvenliği Üzerine Bir Araştırma”, **Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 12(1-2), 355-378.
- Kaplan, E. T. (1997) “İş Hukukunda Kişilik Haklarının Özellikle Bilgisayarda Toplanan Bilgilere Karşı Korunması”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 52(3), 367-386.
- Karahan, Ö. (2004) “Bilgi Ekonomisine Yönelik Kamu Politikası Stratejisi ve Türkiye”, **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, 30(5), 1-50.
- Kaya Bensghir, T. (2002a) “Türkiye’de Yönetim Bilişim Sistemleri Disiplininin Gelişimi Üzerine Düşünceler”, **Amme İdaresi Dergisi**, 35(1), 77-103.
- Kaya Bensghir, T. (2002b) “Web’deki Belediyelerimiz: Eskişehir Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 11(1), 107-124.
- Kaya Bensghir, T. (2001a) “Web’deki Belediyelerimiz: Antalya Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 10(1), 62-72.
- Kaya Bensghir, T. (2001b) “Web’deki Belediyelerimiz: İzmir Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 10(2), 113-131.
- Kaya Bensghir, T. (2001c) “Web’deki Belediyelerimiz: Kayseri Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 10(3), 114-126.
- Kaya Bensghir, T. (2001d) “Web’deki Belediyelerimiz: Konya Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 10(4), 80-95.
- Kaya Bensghir, T. (2000a) “Bilgi Toplumu Bakanlığı Kuruluşu Üzerine: Mekanik Bir Örgüt mü?”, **Amme İdaresi Dergisi**, 33(3), 33-62.
- Kaya Bensghir, T. (2000b) “Devlet-Vatandaş İletişiminde E-Posta”, **Amme İdaresi Dergisi**, 33(4), 49-61.
- Kaya Bensghir, T. (2000c) “Halkla İlişkilerde Etkileşimli İletişim: WEB (WWW)”, **Amme İdaresi Dergisi**, 33(1), 111-131.
- Kaya Bensghir, T. (2000d) “Web’deki Belediyelerimiz: Ankara Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 9(2), 76-90.
- Kaya Bensghir, T. (2000e) “Web’deki Belediyelerimiz: Bursa Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 9(4), 106-118.
- Kaya Bensghir, T. (2000f) “Web’deki Belediyelerimiz: İstanbul Büyükşehir Belediyesi”, **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 9(3), 108-122.

- Kaya Benschir, T. (1999) "Web Sitesi Tasarımında ve Yönetiminde Etkinlik", **Amme İdaresi Dergisi**, 32(4), 117-132.
- Kaya Benschir, T. (1995) "Yerel Yönetimlerde Bilgisayara Dayalı Yönetim Destek Sistemleri", **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 4(6), 39-50.
- Kaya Benschir, T. (1993) "Yönetim Destek Sistemleri", **Amme İdaresi Dergisi**, 26(1), 239-253.
- Kaya Benschir, T. ve A. Akay (2006) "Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS): Türkiye'de Belediyelerin CBS Uygulamalarının Değerlendirilmesi", **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 15(1), 31-46.
- Kaya Benschir, T. ve D. N. Leblebici (2001) "Teknolojik Gelişmenin Örgütler ve Örgütsel Değişim Üzerindeki Yansımaları", **Amme İdaresi Dergisi**, 34(2), 19-37.
- Kaya Benschir, T.; O. Karaca ve E. Teker (1997) "Ağ Teknolojileri: Bilişim Ağı Kurma Çalışmaları TODAİE Örneği", **Amme İdaresi Dergisi**, 30(1), 129-135.
- Kaya Benschir, T. ve M. Yıldız (2003-2005) "Using Internet Cafes as an Alternative Means of Combatting The Digital Divide", **Turkish Public Administration Annual**, 29-31, 73-98.
- Kaya Benschir, T. ve M. Yıldız (2001-2002) "Perceptions of E-Government in Turkey", **Turkish Public Administration Annual**, 27-28, 41-57.
- Kocabaş, F. ve V.C. Özgüler (2005) "Türkiye'de Sendikaların Web Sitelerinin İçerik Analizi", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 60(4), 157-194.
- Kozak, N. (2003) **Türkiye Akademik Dergiler Rehberi-2003**. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köse, S. (2002) "The Role of Technological Innovations in Rising Health Care Costs", **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 21(2), 197-215.
- Kretschmer, H. and R. Rousseau (2001) "Author Inflation Leads to a Breakdown of Lotka's Law", **Journal of the American Society for Information Science & Technology**, 52(8), 610-614.
- Küçük, M. E.; U. Al ve N. E. Olcay (2007) "Türkiye'de Bilimsel Elektronik Dergiler", **Değişen Dünyada Bilgi Yönetimi Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, 144-149.
- Leblebici, D. N., M. Kılıç, ve M. D. Aydın (2004) **İçerik Analizi**, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı.

- Marın, M. C. (2006) "Spatial Development and IT Policies as Cohesion Means in The EU and Turkey", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 61(2), 175-209.
- Moed, H. F. (2006) "New Developments in Citation Analysis and Research Evaluation", **Information Services&Use**, 26(2), 135-137.
- Onay, Z. (1998) "Sağlık Sektöründe Bilgi Sistemleri", **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 13(2), 35-46.
- Öktem, M. K. ve M.D. Aydın (2005) "Bilgi Teknolojileri ve Türk Kamu Yönetiminde Dönüşüm", **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 23(2), 257-282.
- Öngen, T. (1995) "İleri Teknoloji ve Çalışma İlişkilerinin Değişen Paradigması", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 50(2), 279-295.
- Özdağ, Ü. (1992) "Merkez-Çevre Ülkeleri Arasındaki Enformasyonun Niteliği Üzerine Bir Deneme", **Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 8(1), 373-379.
- Özen, Ü. (2002) "Akademisyenlerin Yazılım Korsanlığına İlişkin Tutumları Üzerine Bir Araştırma", **Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 16(3-4), 245-267.
- Özen, Ü. ve F. Karaman (2001) "Web Tabanlı Uzaktan Eğitimde Sistem Tasarımı ", **Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi**, 25(1-2), 81-102.
- Özen, Ü. ve N. Leloğlu (2002) "Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar ve İnternet Ahlakı Konusundaki Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma", **Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 16(1-2), 249-268.
- Özkalp, E. (1992) "Teknoloji ve Çevre", **Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi**, 10(1-2), 384-412.
- Öztürk, N. K. (1997) "Teknolojilerin Potansiyel Tehlikeleri ve Demokrasi", **Amme İdaresi Dergisi**, 30(2), 45-58.
- Polatoğlu, A. (1994) "Türk Kamu Yönetiminde Bilgisayar Kullanma Alanları ve Sorunlar", **Amme İdaresi Dergisi**, 27(4), 63-81.
- Rai, L. P. ve N. Kumar (2005) "A Rationale for Lotka's Law: An Examination of Empirical Data", **Annals of Library & Information Studies**, 52(3), 103-107.
- Sarı, Y. ve M. Kozak (2005) "Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi", **Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi**, 9, 248-271.
- Savcı, İ. (2000) "Veri Girişi İşinde Kadın Çalışanlar: İş ve İş Dışı Deneyimleri", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 55(4), 143-167.

- Söylemez, S. A. (2004) "Türkiye'de Teknoloji ve Eğitim Yatırımları: Karşılaştırmalı Bir Bakış Açısı", **Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 1, 63-80.
- Şakar, N. (2001) "Yüksek Öğretimde Uzaktan öğretim Veren Örgütlerin Örgütlenme Yapıları: Anadolu Üniversitesi Örneği", **Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi**, 17(1), 325-355.
- Şanlısoy, S. (1999) "Bilgi Toplumunda Ortaya Çıkabilecek Sorunlar", **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 14(2), 169-184.
- Şenses, F. (1994) "Türkiye'de ve Dünyada Yükseköğretim, Bilim ve Teknoloji", **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 21(3), 465-474.
- Şentürk, A. (2000) "Web-Tabanlı Sınıfların Olumlu ve Olumsuz Yönlerinin Değerlendirilmesi", **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 19(1-2), 55-62.
- Taymaz, E. (1993) "Sanayi ve Teknoloji Politikaları: Amaçlar ve Araçlar", **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 20(4), 549-580.
- Tecim, V. (2002) "Kamu Kurumlarında Etkin Yönetim İçin Bilişim Teknolojileri-Sakarya Valiliği Bilişim Sistemleri Uygulaması", **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 17(1), 141-156.
- Tecim, V. (1999) "Bilgi Teknolojilerinde Yeni Bir Gelişme: Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Bilgi Sistemleri Arasındaki Yeri", **Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi**, 14(1), 1-12.
- Tokgöz, O. (1998) "Kamu Yönetiminde Medyanın Rolü", **Amme İdaresi Dergisi**, 31(1), 45-56.
- Törenli, N. (2005) "e-Devlet'in Ekonomi Politikğine Giriş: Kullanıcı Dostu Ortamlarda "Sanallaşan" Kamu Hizmetleri", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 60(1), 191-224.
- Törenli, N. (2003) "EİT Dolayımında Kapitalist Üretim İlişkilerinin Yeniden Yapılandırılması: Enformasyon Toplumu ve Düşündürdükleri", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 58(2), 191-219.
- Tuncer, İ. (2002) "Teknolojik Bilginin Yayılma Süreci ve Gelişmekte Olan Ülkeler: Türkiye İçin Bir Uygulama (1950-2000)", **Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi**, 21(2), 1-25.
- Uzay, N. (2001) "Bilgi Teknolojilerindeki Gelişme ve Verimlilik Artışı", **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, 25(2), 259-283.
- Vural, S. (1992) "Değişme ve İletişim", **Amme İdaresi Dergisi**, 2(4), 139-146.

- Yavuz, U. ve M. Karahan (1999) "Bilgisayar Destekli Otomasyon Sistemleri ve Bir Uygulama: Özel Yetenek Sınavlarında Bilgisayar Kullanımı", **Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 13(1), 207-217.
- Yıldız, M. (2007) "Uluslararası Kuruluşların Türkiye'nin E-Devlet Siyasalarına Etkisi", **Amme İdaresi Dergisi**, 40(2), 39-55.
- Yıldız, M. (2006) "Kamu Siyasaları Açısından Cep Telefonu Teknolojisi ve Mobil Devlet", **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 24(1), 241-263.
- Yıldız, M. (2003) "Elektronik E-devlet Kuram ve Uygulamasına Genel Bir Bakış ve Değerlendirme", Muhittin Acar ve Hüseyin Özgür (Derleyenler) **Çağdaş Kamu Yönetimi-1** içinde, İstanbul: Atlas-Nobel Yayınları, 305-327.
- Yıldız, M. (2002) "Bir Kamu Politikası Aracı Olarak İnternet Kafeler", **Amme İdaresi Dergisi**, 35(2), 232-254.
- Yıldız, M. (1999) "Yerel Yönetimde Yeni Bir Katılım Kanalı İnternet: ABD'de ve Türkiye'de Elektronik Kamu Bilgi Ağları", **Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi**, 8(4), 144-156.
- Yüçetürk, E. E. (2000) "Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Haberleşme: Mültezimlerden Konsorsiyumlara", **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, 23(2), 76-98.
- Yüksel, İ. (2002) "Sürekli ve Geçici Statüde İstihdam Edilen Bilgisayar İşletmenlerini Ayırt Edici İş Doyum Ögelerinin Belirlenmesi", **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 57(4), 185-205.
- Yüksel, İ. (2001) "Bilgisayar İşletmenlerinin Öznel Yorgunluk Belirtileri ile İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi", **Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 19(2), 143-157.

EK-1: Makale Tarama Fişi Örneği

Dergi:

Yer/Tarih:

Cilt ve Sayı:

Makale Adı:

Kodlayıcı:

Yıl			
Sayfa			
Yazar			
A. Kurumu			
B. Bölümü			
C. Anabilim Dalı			
D. Araştırma Yöntemi			
E. Yönetim Birimi Ölçeği			
F. Yönetim Organı			
G. Yönelim			
H. Kuramsal Yaklaşım			
I. Amaç Konu Odağı			
K1. Türkçe Kaynak Yüzdesi			
K2. İnternet Kaynak Yüzdesi			

A. Kurumu

Makale yazarının çalıştığı kurumun adı.

B. Bölüm

Akademisyen makale yazarlarının görevli oldukları üniversite bölümü adı.

C. Anabilim Dalı

Akademisyen makale yazarlarının araştırma yaptıkları anabilim dalı adı.

D. Araştırma Yöntemi**D.1** Belge ve Mevzuata Dayanan Makaleler (Kanun, Yönetmelik, Tüzük, Kalkınma Planları vb.)**D.2** İstatistiklere Dayanan Makaleler**D.3** Literatür Taraması/Derleme**D.4** A, B ve C Kategorilerinden Birden Çoğunu veya Tümünü Kullanan Makaleler**D.5** İlk Elden Toplanan Veriler (Anket, Mülakat, Gözlem, Soru Kağıdı vb.)**D.6** Kuramsal Makaleler**D.7** Örnek Olay Çalışması**D.8** Diğer

E. Yönetim Birimi Ölçeği

- | | | |
|----------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| E.1 Federal | E.2 Eyalet | E.3 Yerel Yönetim |
| E.4 Topluluk | E.5 Birey | E.6 Yönetimlerarası |
| E.7 Merkezi Yönetim | E.8 Uluslararası | E.9 Sektörlerarası (D-Ö; D-ST) |
| E.10 Sivil Toplum | E.11 Üniversite | E.12 Diğer |

F. Yönetim Organı

- | | | |
|---------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| F.1 Yasama | F.2 Yürütme | F.3 Yargı |
| F.4 Genel Yönetim | F.5 Sivil Toplum | F.6 Birey Davranışı (P+V) |
| F.7 Akademik Birim | F.8 Sektörlerarası Örgütler | F.9 Diğer |

G. Yönelim

- G.1** Kuram Oluşturma
- G.2** Sorun Çözme
- G.3** Bilgilendirme
- G.4** Teknik-Teknoloji
- G.5** Diğer

H. Kuramsal Yaklaşım

- H.1** Politika-Yönetim Ayrılığı
- H.2** Yönetimin İlkeleri
- H.3** Prensipilere Aykırı Görüşler
- H.4** Evrensel Yönetim Bilimi
- H.5** Yeni Kamu Yönetimi
- H.6** Yeni Kamu İşletmeciliği
- H.7** Örgüsel Kuram
- H.8** Marksizm/Neo-Marksizm Devlet Kuramı
- H.9** Postmodern Kuram
- H.10** Diğer

I. Amaç Konu Odağı

- I.1** Kuramsal
- I.2** Yönetim Eğitimi
- I.3** Yönetimde Reform
- I.4** Ahlak
- I.5** Hesap verebilirlik
- I.6** Liderlik
- I.7** Yasama
- I.8** Vatandaşlık
- I.9** Problem Çözme
- I.10** Merkezi planlama
- I.11** Şehir Planlaması

- I.12 İnsan Kaynakları
- I.13 Kamu Finansmanı
- I.14 Finans Sektörü/Bankacılık
- I.15 Siyasal Örgütler
- I.16 Yönetmel Organlar
- I.17 Ekonomik Örgütler
- I.18 Uluslararası
- I.19 Kamu İktisadi Teşebbüsleri
- I.20 Sivil Toplum Örgütleri
- I.21 Toplumsal Hareketler
- I.22 Yerli Toplumlar
- I.23 İrk
- I.24 Cinsiyet
- I.25 Sosyal Sınıf
- I.26 Sağlık
- I.27 Eğitim
- I.28 Sosyal Devlet
- I.29 Ceza Evleri Sistemi
- I.30 Suç
- I.31 Çevre
- I.32 Taşımacılık
- I.33 Tarım
- I.34 Turizm
- I.35 Bilgi ve İletişim Teknolojileri
- I.36 İmar
- I.37 Enerji Politikaları
- I.38 Teknoloji Politikaları
- I.39 Ticaret Politikaları
- I.40 Sanayi Politikaları
- I.41 Endüstri İlişkileri
- I.42 Kültür Politikaları
- I.43 Diğer

K. Kaynakça

- K.1 Kullanılan Türkçe Kaynak Oranı
- K.2 İnternette Alınan Belgelerin Oranı

EK-2: İncelenen Makalelerin Yayınlandıkları Dergiler ve Yayınlanma Yılları

Taranan yıllar	Dergi	ODTU GD	Uludağ Ü. İIBFD	Anadolu Ü. İIBFD	Turkish PA Annual	Erciyes Ü. İIBFD	Hacettepe Ü. İIBFD	Gazi Ü. İIBFD	Atatürk Ü. İIBFD	Akdeniz Ü. İIBFD	Ank. SBFD	İstanbul Ü. İIBFD	DEÜ İIBFD	ÇYYD	AİD	TOPLAM
1992	T/B	31/0	20/0	29/1 (33)	6/0	-	10/0	53/1 (58)	54/0	*	46/0	-	35/0	30/0	36/1 (1)	350/3
1993	T/B	38/2 (18, 25)	19/0	15/0	0	17/0	9/0	39/0	31/0	*	44/0	21/0	20/0	38/0	43/1 (3)	334/3
1994	T/B	28/1 (16)	52/0	10/0	9/0	23/0	13/0	21/0	27/1 (53)	*	41/0	-	35/1 (6)	30/0	30/1 (4)	319/4
1995	T/B	26/0	22/0	-	0	18/0	11/0	24/0	19/0	*	50/1 (9)	-	32/1 (8)	38/1 (7)	28/0	268/3
1996	T/B	31/0	0	-	8/0	-	22/0	28/0	-	*	30/0	-	28/0	41/0	28/0	216/0
1997	T/B	32/0	17/1 (74)	29/0	0	-	22/0	-	10/0	*	35/1 (17)	-	30/1 (15)	31/0	30/2 (12, 13)	236/5
1998	T/B	24/0	0	29/0	7/0	15/0	14/0	-	23/1 (60)	*	30/0	-	33/1 (20)	37/0	32/1 (19)	244/3
1999	T/B	25/0	21/1 (73)	31/0	0	29/0	20/0	33/0	16/1 (61)	*	36/0	-	25/2 (23, 24)	32/1 (21)	35/1 (22)	303/6
2000	T/B	18/0	31/2 (72, 75)	29/1 (65)	0	14/0	52/0	40/0	24/0	*	34/1 (34)	16/1 (35)	24/0	3 (27, 28, 29)	28/3 (30, 31, 32)	336/11
2001	T/B	22/1 (14)	34/2 (70, 71)	17/1 (62)	7/1 (76)	6/0	22/1 (26)	26/0	-	25/1 (78)	44/0	24/1 (42)	22/0	24/4 (36, 37, 38, 39)	28/2 (40, 41)	301/14
2002	T/B	22/0	26/2 (56, 66)	18/0	0	8/0	20/0	42/0	30/2 (57, 59)	16/0	46/1 (48)	25/1 (49)	19/1 (47)	25/1 (43)	30/3 (44, 45, 46)	327/11
2003	T/B	10/0	26/1 (11)	19/0	6/1 (77)	30/0	24/0	44/0	45/0	18/0	44/1 (50)	20/0	16/0	16/0	34/0	352/3
2004	T/B	10/0	*	-	0	14/0	28/0	41/1 (10)	50/0	17/0	44/1 (51)	16/2 (63, 80)	16/0	14/0	33/0	283/4
2005	T/B	20/0	*	-	0	-	34/2 (2,5)	26/0	51/0	23/1 (64)	43/2 (52, 54)	18/1 (55)	16/0	12/0	24/0	267/6
2006**	T/B	6/0	*	-	*	-	25/1 (79)	13/0	50/0	12/0	33/2 (68, 69)	8/0	?	16/1 (67)	28/0	191/4
Toplam	T/B	343/4	268/9	226/3	43/2	174/0	326/4	430/2	430/5	111/2	600/10	148/6	351/7	410/11	467/15	4327/80

T: Taranan

B: Bulunan

* Bu yıllarda sözkonusu dergi yayımlanmamıştır.

** Her dergi için 2006 yılında yayımlanan tüm sayılara ulaşılamamıştır.

EK-3: İncelenen Makalelerin Künyeleri

NO	MAKALENİN YAZAR(LAR)I	YIL	MAKALENİN BAŞLIĞI	DERGİ	CİLT	NO	SAYFA
1.	Sacide VURAL	1992	Değişme ve İletişim	AİD	25	4	139-146
2.	Enver ÖZKALP	1992	Teknoloji ve Çevre	ANAÜNİ İİBF	10	1-2	381-417
3.	Ümit ÖZDAĞ	1992	Merkez-Çevre Ülkeleri Arasındaki Enformasyonun Niteliği Üzerine Bir Deneme	GÜ İİBF	8	1	373-379
4.	Türksel Kaya BENSGHİR	1993	Yönetim Destek Sistemleri	AİD	26	1	239-253
5.	Bo CARLSSON	1993	Technological Systems and Industrial Development: Four Swedish Case Studies	ODTÜ GELİŞME	20	4	475-502
6.	Erol TAYMAZ	1993	Sanayi ve Teknoloji Politikaları: Amaçlar ve Araçlar	ODTÜ GELİŞME	20	4	549-580
7.	Aykut POLATOĞLU	1994	Türk Kamu Yönetiminde Bilgisayar Kullanma Alanları ve Sorunlar	AİD	27	4	63-81
8.	Şevkinaz GÜMÜŞOĞLU, Üzeyme DOĞAN	1994	Teknoloji ve Verimlilik Kültürü ile Yükseköğretim Kurunları Arasındaki İlişkiler	DEÜ İİBFD	9	2	51-69
9.	Fikret ŞENSES	1994	Türkiye'de ve Dünyada Yükseköğretim, Bilim ve Teknoloji	ODTÜ GELİŞME	21	3	465-474
10.	Mustafa ERSUNGUR	1994	İktisadi Kalkınma ve Teknoloji	ATAÜNİ İİBF	10	3-4	41-56
11.	Türksel Kaya BENSGHİR	1995	Yerel Yönetimlerde Bilgisayara Dayalı Yönetim Destek Sistemleri	ÇYYD	4	6	39-50
12.	Seha SELEK	1995	Bilgisayar Suçları ve İç Denetim Yöntemleri	DEÜ İİBFD	10	1	141-165
13.	Tülin ÖNGEN	1995	İleri Teknoloji ve Çalışma İlişkilerinin Değişen Paradigması	AÜ SBFD	50	2	279-295
14.	Murat Hakan ALTINTAŞ	1997/ 1998	Coğrafi Bilgi Sistemlerinin (Geographical Information Systems) Hizmet Pazarlayan Yerel Yönetimlerce Kullanım Alanları	UÜ İİBFD	17	1-2	155-160
15.	Türksel Kaya BENSGHİR, Oya KARACA, Emre TEKER	1997	Ağ Teknolojileri: Bilişim Ağı Kurma Çalışmaları TODAİE Örneği	AİD	30	1	129-135
16.	Namık Kemal ÖZTÜRK	1997	Teknolojilerin Potansiyel Tehlikeleri ve Demokrasi	AİD	30	2	45-58
17.	Ahmet ALABACAK, Mustafa GÜNEŞ	1997	Yerel Bilgisayar Ağları ve Bir Uygulama	DEÜ İİBFD	12	1	203-215
18.	Emine Tuncay KAPLAN	1997	İş Hukukunda Kişilik Haklarının Özellikle Bilgisayarda Toplanan Bilgilere Karşı Korunması	AÜ SBFD	52	3	367-386
19.	Oya TOKGÖZ	1998	Kamu Yönetiminde Medyanın Rolü	AİD	31	1	45-56
20.	Zeynep ONAY	1998	Sağlık Sektöründe Bilgi Sistemleri	DEÜ İİBFD	13	2	35-46

21.	Sibkat KAÇTIOĞLU, Üstün ÖZEN	1998	Bilgisayar Sistem Güvenliğine Yönelik Tehditler ve Türkiye'deki Bilgisayar Merkezlerinde Sistem Güvenliği Üzerine Bir Araştırma	ATAÜNI İİBF	12	1-2	355-378
22.	Mete YILDIZ	1999	Yerel Yönetimde Yeni Bir Katılım Kanalı İnternet: ABD'de ve Türkiye'de Elektronik Kamu Bilgi Ağları	ÇYYD	8	4	144-156
23.	Türksel Kaya BENSGHİR	1999	Web Sitesi Tasarımında ve Yönetiminde Etkinlik	AİD	32	4	117-132
24.	Selim ŞANLISOY	1999	Bilgi Toplumunda Ortaya Çıkabilecek Sorunlar	DEÜ İİBFD	14	2	169-184
25.	Vahap TECİM	1999	Bilgi Teknolojilerinde Yeni Bir Gelişme: Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Bilgi Sistemleri Arasındaki Yeri	DEÜ İİBFD	14	1	s.1-12
26.	Uğur YAVUZ, Mehmet KARAHAN	1999	Bilgisayar Destekli Otomasyon Sistemleri ve Bir Uygulama: Özel Yetenek Sınavlarında Bilgisayar Kullanımı	ATAÜNI İİBF	13	1	207-217
27.	Veysel BOZKURT	1999	KOBİ'ler ve Elektronik Ticaret	UÜ İİBFD	18	1-2	93-103
28.	Türksel Kaya BENSGHİR	2000	Web'deki Belediyelerimiz: Ankara Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	9	2	76-90
29.	Türksel Kaya BENSGHİR	2000	Web'deki Belediyelerimiz: İstanbul Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	9	3	108-122
30.	Türksel Kaya BENSGHİR	2000	Web'deki Belediyelerimiz: Bursa Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	9	4	106-118
31.	Türksel Kaya BENSGHİR	2000	Halkla İlişkilerde Etkileşimli İletişim: WEB(WWW)	AİD	33	1	111-131
32.	Türksel Kaya BENSGHİR	2000	Bilgi Toplumu Bakanlığı Kuruluşu Üzerine: Mekanik Bir Örgüt mü?	AİD	33	3	33-62
33.	Türksel Kaya BENSGHİR	2000	Devlet-Vatandaş İletişiminde E-Posta	AİD	33	4	49-61
34.	İlkay SAVCI	2000	Veri Girişi İşinde Kadın Çalışanlar: İş ve İş Dışı Deneyimleri	AÜ SBFD	55	4	143-167
35.	E.Elif YÜCETÜRK	2000	Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Haberleşme: Mültezimlerden Konsorsiyumlara	İÜ SBFD	23		
36.	Hasan BAKIR	2000	Türkiye'de Plastik Kartlar ve Plastik Kartların Geleceği-Akıllı Kartlar (Smart Card)	ANAÜNI İİBF	16	1-2	191-203
37.	Aysan ŞENTÜRK	2000	Web-Tabanlı Sınıfların Olumlu ve Olumsuz Yönlerinin Değerlendirilmesi	UÜ İİBFD	19	1-2	55-62
38.	Aysan ŞENTÜRK	2000	Web-Tabanlı Eğitim Sisteminin Kurulum Aşamalarının İncelenmesi	UÜ İİBFD	19	1-2	63-70
39.	Türksel Kaya BENSGHİR, Mete YILDIZ	2001/ 2002	Perceptions of E-Government in Turkey	TPAA	27-28		41-57
40.	Burak BEYHAN	2001	Kuramlar ve Dünya Tecrübesi Bağlamında Türkiye'nin Yüksek Teknoloji Bölgecikleri Oluşturma Çabası	ODTÜ GELİŞME	28	1-2	15-82
41.	İhsan YÜKSEL	2001	Bilgisayar İşletmenlerinin Öznel Yorgunluk Belirtileri ile İş Doymu ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi	HÜ İİBF	19	2	143-157
42.	Türksel Kaya BENSGHİR	2001	Web'deki Belediyelerimiz: Antalya Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	10	1	62-72
43.	Türksel Kaya BENSGHİR	2001	Web'deki Belediyelerimiz: İzmir Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	10	2	113-131
44.	Türksel Kaya BENSGHİR	2001	Web'deki Belediyelerimiz: Kayseri Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	10	3	114-126

45.	Türksel Kaya BENSGHİR	2001	Web'deki Belediyelerimiz: Konya Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	10	4	80-95
46.	Ümit ATABEK	2001	İnternet ve Sosyal Bilimlerde Metodoloji	AİD	34	1	51-57
47.	Türksel Kaya BENSGHİR, Doğan Nadi LEBLEBİCİ	2001	Teknolojik Gelişmenin Örgütler ve Örgütsel Değişim Üzerindeki Yansımaları	AİD	34	2	19-37
48.	Nisfet UZAY	2001	Bilgi Teknolojilerindeki Gelişme ve Verimlilik Artışı	İÜ SBFD	25		259-283
49.	Nurhan ŞAKAR	2001	Yüksek Öğretimde Uzaktan öğretim Veren Örgütlerin Örgütlenme Yapıları: Anadolu Üniversitesi Örneği	ANAÜNİ İİBF	17	1	325-355
50.	Adnan GERÇEK	2001	Türkiye'de Vergi İdaresinin Modernizasyonu Açısından Vergi Kimlik Numarası Uygulamasının Değerlendirilmesi	UÜ İİBFD	20	1-2	311-323
51.	Adem ANBAR	2001	E-Ticarette Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri	UÜ İİBFD	20	1-2	145-160
52.	Üstün ÖZEN, Selçuk KARAMAN	2001	Web Tabanlı Uzaktan Eğitimde Sistem Tasarımı	AKÜNİ İİBFD	25	1	81-102
53.	Türksel Kaya BENSGHİR	2002	Web'deki Belediyelerimiz: Eskişehir Büyükşehir Belediyesi	ÇYYD	11	1	107-124
54.	Türksel Kaya BENSGHİR	2002	Türkiye'de Yönetim Bilişim Sistemleri Disiplinin Gelişimi Üzerine Düşünceler	AİD	35	1	77-103
55.	Mete YILDIZ	2002	Bir Kamu Politikası Aracı Olarak İnternet Kafeler	AİD	35	2	77-92
56.	Naci GÜNDOĞAN	2002	İnternet ve Sendikal Hareket	AİD	35	4	121-135
57.	Vahap TECİM	2002	Kamu Kurumlarında Etkin Yönetim İçin Bilişim Teknolojileri-Sakarya Valiliği Bilişim Sistemleri Uygulaması	DEÜ İİBFD	17	1	141-156
58.	İhsan YÜKSEL	2002	Sürekli ve Geçici Statüde İstihdam Edilen Bilgisayar İşletmenlerini Ayırt Edici İş Doyum Ögelerinin Belirlenmesi	AÜ SBFD	57	4	185-205
59.	Ramazan GÖKPINAR, Ahmet UTKUSEVEN	2002	Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinde Yaşanan Gelişmeler: Yeni İpek Yolu Bir Vergi Cenneti mi?	İÜ SBFD	27		203-217
60.	Seyit KÖSE	2002	The Role of Technological Innovations in Rising Health Care Costs	UÜ İİBF	21	2	197-215
61.	Üstün ÖZEN, Neslihan LELOĞLU	2002	Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar ve İnternet Ahlakı Konusundaki Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma	ATAÜNİ İİBF	16	1-2	249-268
62.	Üstün ÖZEN	2002	Akademisyenlerin Yazılım Korsanlığına İlişkin Tutumları Üzerine Bir Araştırma	ATAÜNİ İİBF	16	3-4	245-267
63.	İsmail TUNCER	2002	Teknolojik Bilginin Yayılma Süreci ve Gelişmekte Olan Ülkeler: Türkiye İçin Bir Uygulama (1950-2000)	UÜ İİBF	21	2	1-25
64.	Türksel Kaya BENSGHİR, Mete YILDIZ	2003/ 2005	Using Internet Cafes as an Alternative Means of Combatting The Digital Divide	TPAA	29-31		73- 98
65.	Ramazan GÖKBUNAR	2003	Siber Uzayda BİT Vergisi Üzerine	UÜ İİBF	22	2	35-49
66.	Nurcan TÖRENLİ	2003	EİT Dolayımında Kapitalist Üretim İlişkilerinin Yeniden Yapılandırılması: "Enformasyon Toplumu ve Düşündükleri	AÜ SBFD	58	2	191-219

67.	S.Alev SÖYLEMEZ	2004	Türkiye’de Teknoloji ve Eğitim Yatırımları: Karşılaştırmalı Bir Bakış Açısı	GÜ İİBF	1		63-80
68.	Figen DALYAN	2004	İnternetin Kar Amacı Gütmeyen Organizasyonlar İçin Taşıdığı Potansiyel ve Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nda Bir Uygulam	AÜ SBFD	59	1	119-139
69.	Özcan KARAHAN	2004	Bilgi Ekonomisine Yönelik Kamu Politikası Stratejisi ve Türkiye	İÜ SBFD	30	5	1-50
70.	Ferit İNCİ ve Nagehan Talat ARSLAN	2004	Bilgi Toplumuna Geçiş Sürecinde Örgütsel Yapıda Meydana Gelen Değişimler: Bilişim Teknolojisi Örgütsel Yapı İlişkisi	İÜ SBFD	30	5	1-14
71.	Mustafa Kemal ÖKTEM, Mehmet Devrim AYDIN	2005	Bilgi Teknolojileri ve Türk Kamu Yönetiminde Dönüşüm	HÜ İİBF	23	2	257-282
72.	Mehmet Devrim AYDIN	2005	eAvrupa+ ve Türkiye: Bilgi Teknolojileri Alanında Avrupa Birliği Kriterlerine Uyum	HÜ İİBF	23	1	287-311
73.	Nurcan TÖRENLİ	2005	e-Devlet'in Ekonomi Politikasına Giriş: Kullanıcı Dostu Ortamlarda "Sanallaşan" Kamu Hizmetleri	AÜ SBFD	60	1	191-224
74.	Fatma KOCABAŞ, Verda Canbay ÖZGÜLER	2005	Türkiye'de Sendikaların Web Sitelerinin İçerik Analizi	AÜ SBFD	60	4	157-194
75.	Veysel EREN, Ufuk DURNA	2005	Kamu Hizmetlerinin Daha İyi Görülebilmesi İçin Alternatif Bir Yönetim Yaklaşımı: Elektronik Devlet	İÜ SBFD	32		139-166
76.	Yaşar SARI, Metin KOZAK	2005	Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Siteleri İçin Bir Model Önerisi	AKÜNI İİBF	9		248-271
77.	Türksel Kaya BENSGHİR, Aslı AKAY	2006	Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS): Türkiye’de Belediyelerin CBS Uygulamalarının Değerlendirilmesi	ÇYYD	15	1	31-46
78.	Mehmet C. MARIN	2006	Spatial Development and ITT Policies as Cohesion Means in The EU and Turkey	AÜ SBF	61	2	175-209
79.	Hamza ÇEŞTEPE, Şevket TÜYLÜOĞLU	2006	Yabancı Doğrudan Yatırımlar Yoluyla Teknoloji Transferi: İrlanda Örneğinden Türkiye İçin Dersler	AÜ SBF	61	2	45-62
80.	Mete YILDIZ	2006	Kamu Siyasaları Açısından Cep Telefonu Teknolojisi ve Mobil Devlet	HÜ İİBFD	24	1	241-263

YAZARLARA DUYURU

1. Dergiye gönderilecek yazılar, makale ve kitap tanıtma-eleştirisi türlerinde olacaktır.
2. Makaleler, Türkçe veya İngilizce olabilir. Her makalede, ana başlığın hemen altında, biri Türkçe biri İngilizce olmak üzere 150-200 kelimeyi aşmayan iki öz/abstract yer almalıdır. “Öz”lerin altında, altı kelimeyi aşmayan anahtar sözcükler/keywords bulunmalıdır. Diğer bir deyişle makaleler, Ana Başlık, Öz, Anahtar Sözcükler, Abstract, Keywords, Makale Metni, Notlar ve Kaynakça sırası ile kaleme alınmış olmalıdırlar.
3. Yazıların 8 000 kelimeyi geçmemesi, A4 kağıdının bir yüzüne çift aralıklı, sol, üst, alt ve sağ marjlar en az 2.5cm olarak yazılmaları gerekmektedir. Tablo ve şekillere başlık ve numara verilmeli, başlıklar tablo, şekil ve grafiklerin üzerinde yer almalı, kaynaklar ise tablo, şekil ve grafiklerin altına yazılmalıdır. Rakamlarda ondalık kesirler nokta ile ayrılmalıdır. Denklemlere verilecek sıra numarası parantez içinde sayfanın sağında yer almalıdır. Denklemlerin türetilişi, yazıda açıkça gösterilmemişse, hakemlerin değerlendirmesi için, türetme işlemi bütün basamaklarıyla ayrı bir sayfada verilmelidir.
4. Yazıların alt başlıkları, küçük harflerle, koyu ve sol marjdan başlamak üzere yazılmalıdır.
5. Yazılar, Yayın Kurulu’na basılı üç kopya ve CD/disket ortamında word dosyası olarak gönderilmeli; bir kopya hariç, hakemlere gönderilecek iki kopyaya yazar(lar)ın ad ve soyad(lar)ı yazılmamalıdır. Yazar(lar)ın ad-soyad ve yazışma adres(ler)i ayrı bir A4 kağıdında kopyalara eklenmelidir. Formata uygun makalelerin şu adrese gönderilmesi gereklidir.

Şerife Güran
H.Ü. İİBF Dergisi Yayın Kurulu Sekreterliği
Hacettepe Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
06800 Beytepe/ANKARA
6. Dergi Yayın Kurulu’na ulaşan yazılar, öncelikle içerik, sunum, yazım kuralları vd. yönlerden Yayın Kurulu tarafından incelenir ve daha sonra değerlendirilmek üzere isimsiz (şifre numaralı) olarak konu ile ilgili iki hakeme gönderilir. Hakemlerden gelecek görüşler doğrultusunda yazının doğrudan veya kısmen düzeltilerek yayımlanmasına veya reddine karar verilir ve sonuç yazar(lar)a bildirilir. Düzeltme istenen yazıların, en geç bir ay içinde Yayın Kurulu Sekreterliği’ne ulaştırılması gerekir. Belirtilen sürede geri gönderilmeyen yazılar, daha sonraki sayılarda yeniden değerlendirilmek üzere kabul edilirler.
7. Dergiye gönderilen yazılar ile ilgili yazışmalar için posta masrafı olarak, Hacettepe Üniversitesi İİBF'nin T.C. Ziraat Bankası Beytepe Şubesi 11308781-5006 nolu hesabına (dergi için olduğu belirtilerek) 15 YTL yatırılması ve makbuzun fotokopisinin metin kopyaları ile birlikte gönderilmesi gerekmektedir

8. Yayımlanan yazılar için yazar(lar)a telif ücreti karşılığında her makale için iki adet basılmış dergi ile 10 (on) adet ayrı basım gönderilir ve ilgili yazının telif hakkı Hacettepe Üniversitesi'ne devredilmiş olur. Yayımlanması kabul edilmeyen yazılar geri gönderilmez. Yazar(lar)a bilgi verilir.

9. Yazılarda verilecek dipnotları, yazının sonuna kaynakçadan önce eklenmelidir.

10. Kaynaklara göndermeler, metnin içinde açılacak ayraçlarla yapılmalıdır. Ayraç içindeki sıra şöyle olmalıdır: yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı, sayfa numaraları. Karşılaşılabilecek farklı durumlar şöyle örneklenebilir:

.....ifade edilmiştir (Alkin, 1982).

.....belirtilmiştir (Alkin, 1982: 210-215).

.....Griffin (1970a: 15-20) ileri sürmektedir.

(Gupta vd., 1982: 286-287).

(Einstein ve Amir, 2003: 399-432; Dornbusch, 1980: 19-23).

Metinde gönderme yapılan bütün kaynaklar, kaynakçada belirtilmeli; gönderme yapılmayan kaynaklar, kaynakçaya konmamalıdır. Kaynaklar, ayrı bir sayfada alfabetik sırayla yazılmalıdır. Dergi ve derlemelerdeki makalelerin sayfa numaraları kesinlikle belirtilmelidir. Kaynakçada, aşağıdaki örneklenen biçim kurallarına uyulmalıdır:

Kitaplar: Kenen, P.B. (1989) **The International Economy**, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.

Dergiler: Langeheine, B. and U. Weinstock (1985) "Graduate Integration", **Journal of Common Market Studies**, 23 (3), 185-197.

Derlemeler: Krugman, P. (1995) "The Move Toward Free Trade Zones" in P. King (ed.), **International Economics and International Economic Policy: A Reader**, New York: McGraw-Hill, Inc., 163-182.

Ayata-Güneş, Ayşe (1998) "Etnik Kimlik ve Toplumsal Cinsiyet: Ankara'da Çerkes Kadınlar" iç. Oya Çitçi (der) **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek**, Ankara: TODAİE Yayın No: 285, 71-80.

Diğer Kaynaklar: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2001) **2002 Yılında Para ve Kur Politikası ve Muhtemel Gelişmeler**, Basın Duyurusu, 2 Ocak, Ankara. <http://www.tcmb.gov.tr/>

NOTES FOR CONTRIBUTORS

1. The Journal publishes academic papers, not published or submitted for publication elsewhere, both in Turkish and English.
2. Manuscripts including bibliography should be double-spaced and typed on one side of A4 sized sheets, with margins at top, bottom and side of at least one inch (25 mm) and should be written in Word format with Times New Roman 12 font. Manuscripts should normally not be longer than 8000 words.
3. The manuscripts should contain; (i) title, (ii) abstracts-both in English and Turkish, no longer than 150 words with key words – no more than 6 words, (iii) text, (iv) notes –if there is any, and (v) bibliography. For authors who do not know Turkish, the Editor can translate their English abstract into Turkish.
4. Tables and figures should be numbered consecutively and contain full references. The titles of the graphs, figures and tables should be placed at the heading of the table. Decimals should be separated by a full-stop. Equations should be numbered consecutively. Equation numbers should appear in parentheses at the right margin. The full derivation of the formulae (if abridged in the text) should be provided on a separate sheet for referee use.
5. The received manuscript will firstly be investigated in terms of format, content and publishing rules by the Editorial Board. The Board has right to refuse improperly prepared manuscripts.
6. Manuscripts that appear in the Journal are subject to the academic process of anonymous reviewing of at least two referees. The refereeing procedure normally takes 2-3 months. To protect anonymity, the name(s) and address(es) of author(s) should be typed on a separate sheet, and three copies of manuscripts with a CD copy should be sent to the following address:

Mrs. Serife Guran, the Secretary
Hacettepe University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Department of Business Administration
06800 Beytepe/Ankara/TURKEY

Phone:+ 90-312-297 87 00(01)/134, **Fax:** +90-312-299 20 84
e-mail: iibf_dergisi@hacettepe.edu.tr - www.iibfdergi.hacettepe.edu.tr
7. All rights are reserved. Except for short passages for the purpose of review and criticism, no part of this publication may be reproduced in any form or by any means without written permission of the Editorial Board.
8. All references should be cited in the text (not in footnotes), and conform to the following examples:

It has been argued (Alkin, 1982: 210-215)....
Griffin (1970a: 15-20) states....
(Gupta *et.al.*, 1982: 286-7).
(Einstein and Amir, 2003: 399-432; Dornbusch, 1980: 19-23).
9. Notes should be given at the end of the text, before Bibliography.
10. References should appear at the end of the text as follows:

Books: Kenen, P.B. (1989) **The International Economy**, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc.

Periodicals: Langeheine, B. and U. Weinstock (1985) "Graduate Integration", **Journal of Common Market Studies**, 23(3), 185-197.

Articles in Edited Books: Krugman, P. (1995) "The Move Toward Free Trade Zones" in P. King (ed.), **International Economics and International Economic Policy: A Reader**, New York: McGraw-Hill, Inc., 163-182.

Other sources: Central Bank of the Republic of Turkey (2003) **Financial Stability**, Press Release. March 24. Ankara, <http://www.tcmb.gov.tr/> .